平成26年度文部科学省委託事業

成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進＜観光分野＞
地域産業活性化のためのインバウンド観光人材育成
事業報告書

横浜商科大学

平成26年度文部科学省委託事業

成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進＜観光分野＞
地域産業活性化のためのインバウンド観光人材育成
事業報告書

横浜商科大学

はじめに

日本が今後も経済成長を実現するためには、成長分野とされる産業の強化が不可欠である。観光産業は、訪日外国人旅行者の増加により大きな経済効果が得られることから、成長産業と位置づけられ、そのための観光政策や産業振興、人材育成に注目が集まっている。

また2020年東京オリンピック・パラリンピック開催決定により、海外からの注目も高まり、今後さらに多くの訪日外国人旅行者を迎えることが期待されているのである。

さらに、国は、MICE（Meeting/Incentive Travel/Convention/Exhibition・Event）に注目し、国際的なMICE競争誘致に打ち勝つために、2013年に東京・横浜・大阪・京都・福岡の5都市を「グローバルMICE戦略都市」に指定し、MICEの取り組み強化と人材育成に注力している。このような社会背景において、成長産業である観光分野、なかでもインバウンド観光・MICEの取り組みと人材育成は喫緊の課題である。

そこで、横浜商科大学は、平成26年度「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業における（観光分野）職域プロジェクト「地域産業活性化のためのインバウンド観光人材育成」の事業委託を文部科学省より受け、インバウンド観光人材育成のためのモデルカリキュラム作りのための調査および教材開発を行った。

本報告書は、本事業で実施した多くの調査研究や教材開発と実証、そこから構築したモデルカリキュラム等の成果をまとめたものである。実際の教育利用をイメージするために、カリキュラム構築の理論的背景やプログラム相互の関係が概観できるようまとめている。

日本の観光教育は、1967年立教大学社会学部観光学科の開設から本格化し、1974年に商学部貿易・観光学科を開設した本学は、日本で2番目の観光教育の歴史を持っている。2000年以降の観光立国推進のもと、観光系学部学科を持つ大学は急増しているが、インバウンド観光人材・MICE人材に関する教育プログラムは、まだ未開発の領域である。そこで、本学は、観光教育のフロンティアとして、これまでの教育研究・人材育成に取り組んできた実績を生かし、新たな観光分野の人材育成プログラムとして、「インバウンド観光人材・MICE人材育成」に着目したのである。これらの知見を生かし、2015年度には「観光マネジメント学科」に改編し、MICE人材育成のフロンティアプログラムを開始する。

もちろん、この大きな課題を本学のみで解決することは不可能である。そこで、同じく観光教育に取り組む神戸夙川学院大学・長崎国際大学と連携するとともに、インバウンド観光・MICE分野に取り組む観光関連機関・自治体・企業・有識者の協力を得て、当事業を進めてきた。事業実施にあたり、他にも、多くの関係者に調査・教材開発等において、ご協力を頂いた。協力者の支援がなければ、事業実現は出来なかっただろう。この場を借りてあらためて御礼申し上げる。最後に、この取り組みで、関係者間のネットワーク作りが進んだとすれば幸いである。

この事業成果を生かし、インバウンド観光・MICE人材育成にむけて、引き続きともに取り組んで頂けるように、あらためて関係者の皆様にご協力ご支援をお願いしたい。

地域産業活性化のためのインバンド観光人材育成事業責任者
横浜商科大学　商学部　貿易・観光学科　教授　宍戸　学

Contents

第1章

本事業の概要

1　事業の概略

本事業は、神戸夙川学院大、長崎国際大、および本学の３大学を中心として平成25年度より開始された「地域産業活性化のための着地型観光プレーヤー人材育成」事業を引き継ぐ形で、インバウンドに対応できる人材育成像を明らかにしたうえでそれに基づく教育カリキュラムを構築し、その学習を深化させるためのe-ラーニングその他の教材の作成を行うことを目指した事業である。

本事業は、大きく分けて、①インバウンド観光人材のコンピテンシー特性調査、及びMICE先進都市の人材育成に関する調査、②人材育成のカリキュラムおよびその具体化としての教材（e-ラーニング及びMICEテキスト他）の開発・実証、③人材育成プログラムとしての評価基準やキャリア段位、ジョブ・カードとの連携の検証から構成されている。

特に本年度の事業では、政府の「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」の中でも取り上げられているMICEビジネス及び、同分野の人材育成に関する教育プログラムの開発、作成に集中的に取り組むこととなった。

2　事業の構成機関・委員構成・委員会構成 等

本事業の実施体制、事業の構成機関、委員会及び委員の構成については別図表（**図** 1-1, **表** 1-1, **表** 1-2）の通りとする。以下に整理する。

(1)　本事業の構成機関

今年度は横浜商科大学を事務局として、平成25年４月に「みなとまち３大学連携協定」を締結した横浜商科大学・神戸夙川学院大学・長崎国際大学の３大学を中心に、別図表**表** 1-1にある教育機関、観光関連の企業、行政機関などの協力機関で構成する。

(2)　各委員会及び委員の構成

1)　運営統括委員会

本事業は多くの構成機関、協力者の参加により運営されているため、本事業の進捗状況や予算管理、事業広報などを担当し、参画大学・専門学校・団体・企業とのコーディネート等、全体の調整を図るとともに、支援修了後の事業継続の主体となることを想定して、運営統括委員会を置いた。

体制:運営統括委員会のメンバーは横浜商科大学、神戸夙川学院大学、長崎国際大学を中心とし、役務を担当する公益

財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー及び株式会社リアセック、株式会社ジャパンインバウンドソリューションズ、株式会社 JTB 総合研究所、MICE 教育関連を委託する一般財団法人日本ホテル教育センターで構成し、計 4 回開催した。

2） 調査委員会、教材開発委員会、評価委員会

上記運営統括委員会の下に、①調査委員会、②教材開発委員会（MICE 教育開発 WG 含む）を配置し、さらに本事業の検証を行う、③評価委員会の 3 つの委員会を設け、構成機関・協力者を、**表** 1−1、**表** 1−2 に記した役割分担の通り配し、**図** 1−1 の事業の実施体制図の役割を担った。

① 調査委員会

目的: インバウンド観光人材要件（インバウンド特化型人材および MICE 人材）の調査を行い、学生・若手社会人等のデータを比較判断する基準となるコンピテンシー特性の教師モデルを構築する作業を担う。

体制:運営統括委員会の 3 大学および PROG テストを開発した株式会社リアセック、株式会社 JTB に、協力者のうち大学・専門学校・高校の教員、及び企業・団体のなかで、着地型観光やインバウンド観光に実績がある協力者や観光関連の人材育成に詳しい協力者に参加を依頼。コンピテンシー特性の調査対象者としてとして、インバウンド観光・MICE の実績を持つ協力者を配置。MICE 分野については、特に MICE 教育開発 WG と連動して活動。計 3 回開催した。

② 教材開発委員会

目的: インバウンド観光人材（MICE 分野含む）の育成カリキュラムおよびその具体化としての e−ラーニングや冊子等の教材の開発・実証を進める作業を担うとともに、事業終了後の e−ラーニングシステムの維持管理の仕組みを検討する。

体制: 運営統括委員会の 3 大学に、システム提供及び e−ラーニング教材化を担当する株式会社プロシーズ、MICE 教育関連を委託する一般財団法人日本ホテル教育センター、のほか参加校での実証を担う大学・専門学校・高校の教員の協力者を配置し、計 4 回開催した。

③ 評価委員会

目的: 事業の成果に対する評価、及び人材育成プログラムとしての評価基準やキャリア段位、ジョブ・カードとの連携の検証を担う。

体制: 運営統括委員会の 3 大学に、全国高等学校観光教育研究協議会、公益財団横浜観光コンベンション・ビューロー、神戸市産業振興局コンベンション部観光コンベンション課、株式会社リアセック、JTB 総合研究所及び参加校・連携校での実証を担う大学・専門学校の教員の協力者を加え、企業・団体のなかで、着地型観光やインバウンド観光に実績がある協力者や観光関連の人材育成に詳しい協力者に参加を依頼し、計 2 回開催した。

3　事業の目的・意義等

平成25年の訪日旅行者数は初めて1,000万人を越え（観光庁統計値1,036.4万人）、インバウンド観光（=訪日外国人旅行、外国人観光客の訪日観光）の拡大に取り組む日本の観光産業界にとって画期的な出来事であった。しかしながらこの訪日旅行者数は未だに日本からの海外旅行者（アウトバウンド観光者）1,747万人（JNTO調査）を大幅に下回る。またインバウンド観光の先進国では、フランス7,950万人、アメリカ6,230万、中国5,760万人（平成23年JNTO調べ）とはるかに多くの外国人観光客を迎え、さまざまな政策やビジネスを展開している。

近年政府も観光分野を成長戦略の柱と捉え、「世界に誇る魅力あふれる観光立国の実現」を目指して様々な施策を推進しているが、特に成長を続けるアジアなど周辺諸国をはじめとする世界中の需要を取り込むことが期待されるインバウンド観光のもたらす経済的な波及効果に大きな期待を寄せており、さらには人的な交流の拡大による文化の相互理解の進展、さらには国際社会での日本の地位の確立にも資すると考えられる。そのような中、我が国の観光にとって追い風となるであろう2020年オリピック・パラリンピックの東京開催というチャンスを活かし、訪日外国人旅行者の拡大、さらには観光先進国へのキャッチアップを目指す上では、さまざまな事業機会に対応できるインバンド対応型の観光人材の育成は喫緊の課題となっている。

また、本年度特に集中的に取り組むこととなったMICE分野については、単に新しい観光ビジネスの開拓、という側面にとどまらず、地域の活性化、産業拠点の形成など様々な波及効果が期待されている。「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」の中でもMICEについて「MICEの誘致・開催は、国際会議や企業研修等への参加を通じて、国際ビジネス・イノベーション拠点としての日本の都市の魅力を発信することにより、日本へのビジネスの呼び込み、対内直接投資・拠点機能の誘致等を促進する機能を有する」としている。今後市場の拡大が期待されるMICE分野で活躍する中核的人材の育成も課題の一つである。

その一方でインバウンド観光人材の育成のための教育カリキュラムは十分に整備されているとはいえない。インバウンド観光立国政策にともない、観光系の学科・コース等を設置する大学が急増しているが、観光人材育成のための体系的な教育プログラムの開発に関する議論は十分ではなく、「人材の重要性」や「産官学の連携」など理念的な部分にとどまっている。具体的な人材像の検討やカリキュラムモデルの開発は、各大学や研究者に委ねられているのが現状である。

また、中等教育においても、「総合的な学習の時間」や「学校設定科目」内において、地域の資源やビジネスを学ぶ機会が増えており、インバウンド観光に触れる機会も増加するなか、着地型観光、インバウンド観光の理解を深めるカリキュラム、テキストに対する要望が強い。

このような状況の下、本事業においてインバウンド観光人材のための教育カリキュラムの開発、検証を行う目的・意義としては次のようなことが挙げられる。

インバウンド観光人材（含むMICE人材）のコンピテンシー特性の調査からは、その特徴を明らかにすることで、教育・人材育成の方向性を示すことができる。また、e-ラーニング教材の充実、その他様々なテキストの作成は多くの教育機関や現場においてインバウンド観光の理解を深める一助となり、さらにモデルカリキュラム基準・達成度評価の作成はインバウンド観光・MICE人材の育成における体系的な教育プログラムの確立の第一歩となる。

さらに本事業にかかわる産官学の様々な協力者の間での議論、教育カリキュラムの共有などを通じて、産業界、地域、教育機関に、インバウンド観光・MICEに対する共通理解を高め、新たなネットワークを構築することが期待される。結果としてインバウンド観光に関する知識・技能を身につけ、地域産業活性化に活用できる人材を数多く生み出すことにつながると考えられる。

4　事業の実施内容

本年度事業の実施内容については以下の通りである。

(1)　各種委員会の実施

各委員会の実施状況については別表（**表** 1-3）の通りである。

(2)　調査

1)　人材要件（コンピテンシー特性）調査

昨年度に引き続き、①インバウンド観光を地域で支え、地域産業活性化に貢献する着地型観光プレーヤーの人材特性調査、②観光分野の学生（高校、専門学校・大学）と着地型観光プレーヤーの人材特性ギャップの調査を行い、インバウンド観光人材に必要とされるコンピテンシー特性を明らかにすることを目指した。その成果として、「インバウンド観光 コンピテンシーの強化書」という冊子をまとめた。また、本年度はさらに MICE 分野の人材に対するコンピテンシー調査も行った。結果の詳細については本報告書第 2 章でまとめている。

2)　先進的 MICE 都市調査

先進的 MICE 都市（横浜、札幌、仙台、神戸、福岡、沖縄）において、各都市の MICE への取り組みの概略（MICE 取り組みの変遷、組織の位置づけと事業内容、MICE 関連施設概要、MICE 誘致の取り組みと実績など）と、先進地域の MICE 人材教育のへ取り組み（MICE に関する研修会や担当者育成の概要、MICE 人材に求められるものなど）について、インタビュー取材などを通じて調査を実施。本報告書第 5 章にて調査結果をまとめている。

(3)　教材の開発、作成

1)　e ラーニング教材の作成

昨年度事業において作成したインバウンド観光人材育成のための e ラーニング教材を追加・修正するとともに整理し、新たに MICE 分野の e ラーニング教材の作成を行った。その後、関係機関に ID を配布してシステムをトライアルで公開し、終了後にアンケートを実施した。e ラーニング教材作成の詳細及びアンケートの集計結果については本報告書第 3 章でまとめている。

2)　インバウンド観光人材育成指導者用テキスト

昨年度事業で行ったインバウンド観光人材要件調査の結果を踏まえ、インバウンド観光人材の指導者向けに授業のガイドブック的な位置づけとして、「インバウンド観光人材育成指導者用テキスト」を作成した。詳細は本報告書第 4 章にて説明する。

3)　MICE テキスト

MICE ビジネスについて体系的に整理した初学者向け MICE 入門テキスト「マイス・ビジネス概論」を作成した。詳細は本報告書第 6 章にて説明する。

(4) MICE 教育の啓蒙

1) モデル授業

MICE についての関心、知識を広く普及することを目的として、テキスト「マイス・ビジネス概論」を用いたモデル授業を高校、専門学校、大学など計５校（法政女子高校、東京観光専門学校、神田外語学院、長崎国際大学、横浜商科大学）で実施した。授業の詳細及びその際行ったアンケートの集計結果については本報告書第６章にて説明する。

2) MICE 取扱説明書

MICE に関わる様々な人々のインタビューを通じ、MICE とはどのようなビジネスか、また MICE にはどのような人材が必要とされるか、ということを周知すべく冊子「MICE 取扱説明書」を作成した。詳細は本報告書第７章にて説明する。

(5) モデルカリキュラム基準、達成度評価の検討

第２回の評価委員会において、各教材の中核的専門人材の業務レベルとの照合、妥当性の検討及びジョブ・カード等との連動の検証について議論した。詳細は本報告書第８章にて説明する。

5 成果物

上記の事業実施の結果として、以下の成果物を作成した。

1. コンピテンシー強化書
2.e ラーニング教材
3.MICE テキスト「マイス・ビジネス概論」
4. インバウンド観光人材育成指導者用テキスト
5.MICE 取扱説明書
6. 事業報告書

また、上記の成果を報告する機会として、事業成果報告会 (2015 年２月 26 日、品川プリンスホテルにて) を実施した。その概要は以下の通りである。

実施日時：平成 27 年２月 26 日 事前予約数 171 名 来場者数 155 名

第１部 平成 26 年度事業概要 (13 時 30 分～14 時 30 分)

；インバウンド・MICE 観光人材要件調査、e ラーニング教材開発を中心に、平成 26 年度本事業の概要と今後に向けての論点を報告した。

第２部 シンポジウム「MICE 人材育成の未来」(14 時 45 分～16 時)

；MICE 専門家４名を招き、産学官それぞれの立場からの MICE 人材育成の現状と今後の課題、将来像に関する議論を行った。

なお、事業の概要については、大学 web 内 HP、及び観光コンソーシアム事業説明 HP にて情報の公開を行っている。

大学 web 内 HP http://www.shodai.ac.jp/mice/index.html

観光コンソーシアム事業説明 HP http://26monka-itaku.net/kanko/

参考資料

観光立国推進閣僚会議「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014 –「訪日外国人 2000 万人時代」に向けて–」
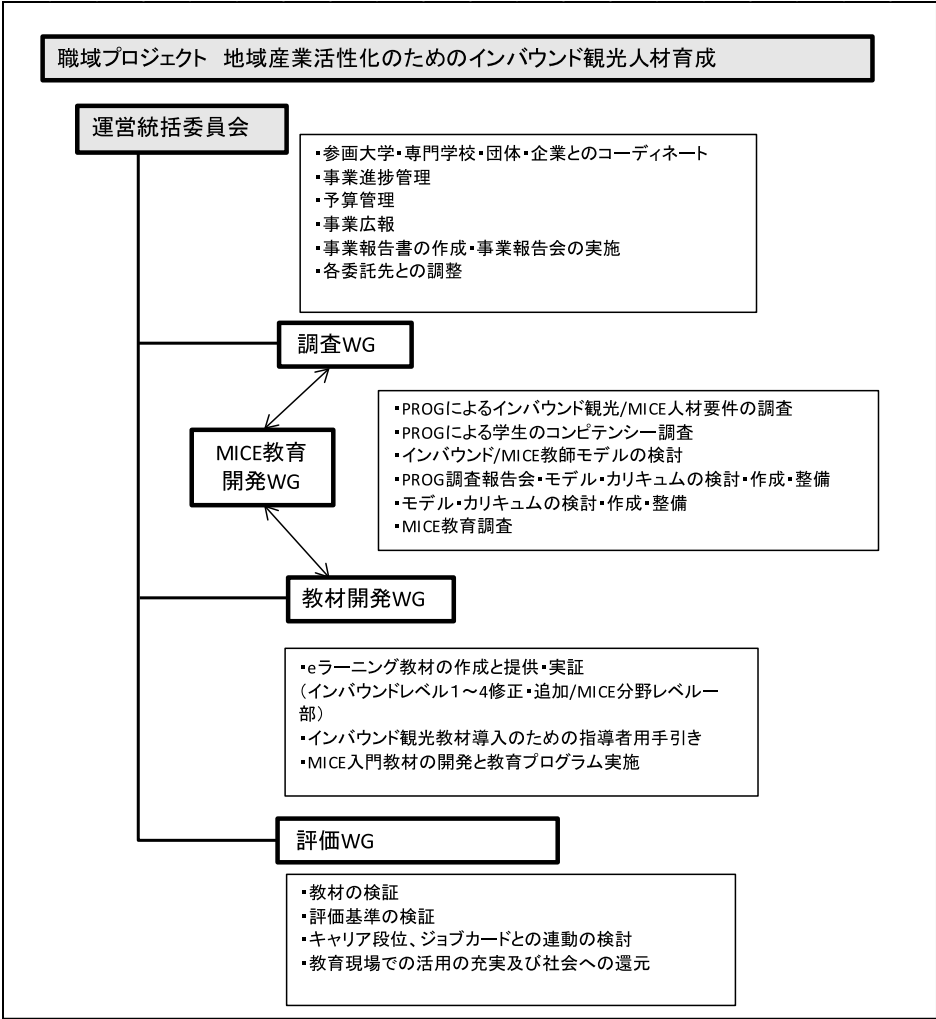
図 1–1　事業の実施体制図

表 1-1　構成機関

	構成機関（学校・団体・機関等）の名称	役割等	都道府県名
1	横浜商科大学	全体統括	神奈川県
2	神戸夙川学院大学	関西地区統括	兵庫県
3	長崎国際大学	長崎地区統括	長崎県
4	神田外語学院	教材開発・実証	東京都
5	駿台トラベル＆ホテル専門学校	教材開発・実証	東京都
6	一般財団法人日本ホテル教育センター	調査・教材開発	東京都
7	全国高等学校観光教育研究協議会	実証・評価	岐阜県
8	公益財団法人横浜市観光コンベンションビューロー	実証・評価	神奈川県
9	神戸市産業振興局観光コンベンション部観光コンベンション課	実証・評価	兵庫県
10	株式会社ジャパンインバウンドソリューションズ	教材開発	東京都
11	株式会社リアセック	調査・評価	東京都
12	株式会社JTB総合研究所	調査・評価	東京都

表 1-2 各委員会委員

氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
松浦加代子	WhyNot JAPAN 株式会社 代表取締役	調査	大阪府
江幡哲也	株式会社オールアバウト	調査・教材開発	東京都
渡邊光	神戸国際コンベンション協会	調査	兵庫県
前田出	一般社団法人日本インバウンド教育協会	調査	東京都
村山啓輔	株式会社やまとごころ	調査・教材開発	東京都
霜田正明	クラブツーリズム株式会社・取締役	調査	東京都
小田切 聡	株式会社インプリージョン・代表	調査	大阪府
渡邉真二	YOKOSOみなとまち神戸ｺﾝｿｰｼｱﾑ・代表	調査	兵庫県
池谷聡	明星大学・准教授	調査・評価	東京都
伊藤健二	慶応義塾大学大学院・特任准教授	評価	東京都
山田真也	佐賀県立嬉野高等学校教諭	調査	長崎県
正木聡	旅行情報制作本部 出版編集部 編集委員	調査・評価	東京都
田中 剛	公益社団法人日本観光振興協会事業本部観光地域づくり・人材育成部門観光地域づくり・人材育成担当部長	調査・評価	東京都
吉田常行	日本観光ホスピタリティ教育学会理事、大阪市立住吉商業高等学校校長、観光甲子園実行委員会	評価	大阪府
江口英一	観光経済新聞社企画推進部長	評価	東京都
矢嶋敏朗	株式会社日本旅行広報室長	調査・教材開発	東京都
久保島正裕	横浜ベイシェラトンホテル＆タワーズ取締役総支配人	調査	神奈川県
福井善朗	神奈川県産業労働局観光商業部観光課・観光プロモーション課長	評価	東京都
齊藤尚子	東京観光専門学校・旅行学科長	教材開発・実証	東京都
以下構成機関より			
氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
宍戸学	横浜商科大学商学部貿易･観光学科･教授	全体統括	神奈川県
小野田金司	神戸夙川学院大学観光文化学部･副学長	教材開発･実証	兵庫県
小槻文洋	神戸夙川学院大学観光文化学部長･准教授	調査･実証	兵庫県
海老澤昭郎	長崎国際大学人間社会学部国際観光学科准教授	教材開発･実証	長崎
堀川まゆみ	駿台トラベル＆ホテル専門学校 トラベル学科専門講師	教材開発･実証	東京都
高橋修一郎	神田外語学院国際観光科･グローバル推進室課長	教材開発･実証	東京都
高野陽子	日本政府観光局（JNTO）コンベンション誘致部市場戦略 グループマネージャー	調査･評価	東京都
藤原弘一	一般財団法人日本ホテル教育センター 事業部教育事業室 室長	教材開発･実証	東京都
岡崎三奈	公益財団法人横浜観光コンベンション･ビューロー経営部長	調査･評価	神奈川県
中垣内隆夫	全国高等学校観光教育研究協議会会長 ･岐阜県立益田清風高等学校長	調査･評価	岐阜県
浅井新介	MICE Plus Institute 代表 （一財）日本ホテル教育センターMICE塾塾長	教材開発･実証	東京都
中村好明	株式会社ジャパンインバウンドソリューション･代表取締役社長	調査･評価	東京都
市岡浩子	多摩大学グローバルスタディーズ学部教授	調査･評価	神奈川県
中込洋	株式会社リアセックキャリア教育推進グループ	調査･評価	東京都
田中敦	株式会社JTB総合研究所コンサルティング事業部コンサルティング第四部部長主席研究員	調査･評価	東京都

表 1-3　各種委員会の実施状況

委員会名	実施日時	場所	議題等
第1回運営統括委員会	2014/9/17（水） 10:00～12:00	横浜商科大学つるみキャンパス122教室	事業進捗状況、委員会議題確認、等
第2回運営統括委員会	2014/11/17（月） 17:00～19:00	横浜商科大学つるみキャンパス会議室	事業進捗状況、委員会議題確認、等
第3回運営統括委員会	2015/1/26（月） 16:30～18:00	横浜商科大学つるみキャンパス会議室	事業進捗状況、委員会議題確認、等
第4回運営統括委員会	2015/2/17（火） 16:30～18:00	横浜商科大学つるみキャンパス会議室	事業進捗状況、委員会議題確認、等
第1回調査委員会（合同）	2014/9/18（木） 13:00～17:00	川崎日航ホテル	事業説明、調査内容、意見交換、等
第2回調査委員会	2014/12/3（水） 13:30～15:30	ﾎﾃﾙｷｬﾒﾛｯﾄｼﾞｬﾊﾟﾝ	調査経過報告、意見交換、等
第3回調査委員会	2015/1/28（水） 13:30～15:30	川崎日航ホテル	調査経過報告、意見交換、等
第1回教材開発委員会（合同）	2014/9/18（木） 13:00～17:00	川崎日航ホテル	事業説明、教材開発の概要と取り組み、等
第2回教材開発委員会	2014/10/29（水） 13:30～15:30	ホテルグランドヒル市ヶ谷	教材開発の進捗状況、意見交換、等
第3回教材開発委員会	2014/12/3（水） 13:30～15:30	ﾎﾃﾙｷｬﾒﾛｯﾄｷｬﾊﾟﾝ	教材開発の進捗状況、意見交換、等
第4回教材開発委員会	2015/1/28（水） 13:30～15:30	川崎日航ホテル	教材開発の進捗状況、意見交換、等
第1回事業評価委員会（合同）	2014/9/18（木） 13:00～17:00	川崎日航ホテル	事業説明、評価について、意見交換
第2回事業評価委員会	2015/2/12（木） 13:00～17:00	ﾎﾃﾙｷｬﾒﾛｯﾄｷｬﾊﾟﾝ	事業説明、評価について、意見交換

第2章

インバウンド観光人材（インバウンド・MICE) 要件調査・強化書の制作

1　本調査の目的

日本のインバウンド観光を牽引するために「グローバル MICE 戦略都市」及び「グローバル MICE 強化都市」が指定され、そこで活躍する人材が産業界から求められている。しかし、MICE 人材に取組む大学、専門学校はほとんど存在せず、カリキュラム及び教材の開発は、ほとんど行われていない。現在、急増する国際的な MICE 市場において活躍できる MICE 人材の育成カリキュラムが求められている。

そこで、昨年度本事業で実施した、ジェネリックスキルを測定するアセスメントツール PROG を用いて、MICE で活躍する社会人のジェネリックスキル（コンピテンシー)）を調査し、MICE 人材の「教員モデル」を設定し、学生とのコンピテンシーとのギャップを調査することで、今後の学生へのカリキュラム開発、学生活動支援の参考資料とする。

また、昨年度本事業で実施した、着地型インバウンド観光人材のコンピテンシー調査の対象者を広げ調査し、MICE 人材と着地型インバンド観光人材を合わせて、インバウンド観光人材のコンピテンシー要件定義を実施し、コンピテンシーの強化書を制作する。

2　調査概要

(1)　インバウンド観光人材コンピテンシー調査

アセスメントツール PROG を用いて、着地型インバウント観光、MICE に携わっている社会人各 50 名にアンケート調査実施。アンケート実施は、企業、教育機関に協力を求めた。データ入力、分析は株式会社リアセックが実施し、調査委員会にて検討した

(2)　学生コンピテンシー調査

横浜商科大学、神戸夙川学院大学、長崎国際大学の 1 年生を対象にアセスメントツール PROG を用いて、アンケート調査実施。データ入力、分析は株式会社リアセックが実施し、調査委員会にて検討した。

3　本調査で使用した PROG テストとは?

PROG テスト（Progress Report On Generic Skills）とは、ジェネリックスキル（あらゆる職業を超えて活用・移転可能なスキル）を測定するテストである。PROG テストでは、ジェネリックスキルを「リテラシー」と「コンピテンシー」の両面から測定する。「リテラシー」とは、「知識を活用して問題解決する力」であり、構成概念には、「情報収集力」「情報分析力」「課題発見力」「構想力」が含まれる。「コンピテンシー」とは、「経験を積むことで身に付いた行動特性」であり、構成概念として、3 つの大分類と 9 つの中分類で構成される。「対課題基礎力」（=「課題発見力」+「計画立案力」+「実践力」）、「対人基礎力」（=「親和力」+「協働力」+「統率力」）、「対自己基礎力」（=「感情制御力」+「自信創出力」+「行動持続力」）「**図** 2-1」

「コンピテンシー」の測定では、社会で活躍する若手ビジネスパーソン 4000 人と学生の回答のパターンを比較し、統計的に違いがある設問項目を抽出して採点する。「社会で活躍する若手ビジネスパーソン」とは、30 代前半までに、役職についているか、または実質管理しているメンバーが複数いるビジネスパーソンである。

今回のインバウンド観光モデル調査では、コンピテンシーテストのみを活用した。

PROG テストの詳細は、HP を参照していただきたい。（http://www.kawai-juku.ac.jp/prog/）

PROGのコンピテンシー（リクルートと共同定義した基礎力）		内容	構成要素
対課題基礎力	課題発見力	問題の所在を明らかにし、必要な情報分析を行う	情報収集・本質理解・原因分析など
	計画立案力	問題解決のための効率的な計画を立てる	目標設定・シナリオ構築・計画評価・リスク分析など
	実践力	効率的な計画に沿った実践行動をとる	実践行動・修正・調整・検証・改善など
対人基礎力	親和力	円滑な人間関係を築く	親しみ易さ・気配り・対人興味・多様性理解・人脈形成など
	協働力	協力的に仕事を進める	役割理解・連携行動・相互支援・相談・指導・他者への動機づけなど
	統率力	場をよみ、目標に向かって組織を動かす	意見を主張する・創造的な討議・意見の調整・交渉・説得など
対課題基礎力	感情制御力	気持ちの揺れをコントロールする	セルフウェアネス・ストレスコーピング・ストレスマネジメントなど
	自身創出力	ポジティブな考え方やモチベーションを維持する	独自性理解・自己効力感・楽観性・機会による自己変革など
	行動持続力	主体的に動き、良い行動を習慣づける（学習行動を含む）	主体的行動・完遂・良い行動の習慣化など

社会人基礎力（経済産業省）	
考え抜く力（シンキング）	課題発見力 計画力 創造力
チームで働く力（チームワーク）	発信力 傾聴力 柔軟性 情況把握力 規律性 ストレスコントロール
前に踏み出す力（アクション）	主体性 働きかけ力 実行力

学士力（文部科学省）	
汎用的技能	問題解決力 論理的思考力 情報リテラシー 数量スキル コミュニケーションスキル
態度・志向性	チームワーク リーダーシップ 市民としての社会的責任 倫理観 自己管理力 生涯学習力

図 2-1　PROG テストの構成概念

4　調査結果報告

(1)　PROG コンピテンシー回答者プロフィール

2014 年 9 月から 2015 年 1 月まで受験してもらい、昨年度受験者を含めて、162 名のインバウンド観光従事者から回答を得た。「**図** 2-2」

着地型インバウント観光人材は、107 名。MICE 人材の人数は、55 名である。

【性別】	男性	女性	不明	合計
全体	107	55	0	162

【年代】	17歳以下	18-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳	35-39歳	40-44歳	45-49歳	50-54歳	55-59歳	60歳以上	不明	合計
全体	0	0	9	19	29	32	21	27	12	8	4	1	162

【勤続年数】	1年未満	1年〜3年未満	3年〜5年未満	5年〜10年未満	10年〜20年未満	20年以上	不明	合計
全体	23	20	13	34	40	28	4	162

【就業感】	仕事にやりがいを感じている	仕事内容に満足している	処遇・待遇に満足している
全体	149	126	70

図 2-2　PROG コンピテンシー回答者プロフィール

(2)　インバンド観光人材と MICE 人材のコンピテンシー特徴

着地型インバウンド観光人材と MICE 観光人材のコンピテンシーを、コンピテンシー総合（1〜7 段階)、コンピテンシー総合の判定レベル分布、コンピテンシー要素別ごとに報告する。

1)　コンピテンシー総合（スコア 1〜7 段階）

着地型インバウンド観光人材（スコア 4.8）方が MICE 人材（スコア 4.63）よりも水準が高い。「**図** 2-3」

なお、「**図** 2-3」の中の、「モデル社会人」とは、社会で活躍する若手社会人 4000 名の平均。「教員モデル」は、インバウンド観光人材従事者 107 名のスコアである。

2)　コンピテンシー総合のレベル分布

MICE 人材レベルがレベル 6 に集中するのに対し、着地型インバウント観光人材は、レベル 5〜レベル 6 に分布傾向がある。「**図** 2-4」

3)　コンピテンシー要素別

コンピテンシー要素別にみると、協働力、自信創出力、課題発見力の水準は、着地型インバウント観光人材の方が高い。計画立案力、実践力の水準は、MICE 人材の方がやや高くなっている。「**図** 2-5」の中の三大学全体は、横浜商科大学、神戸夙川学院大学、長崎国際大学 1 年生のスコアである。
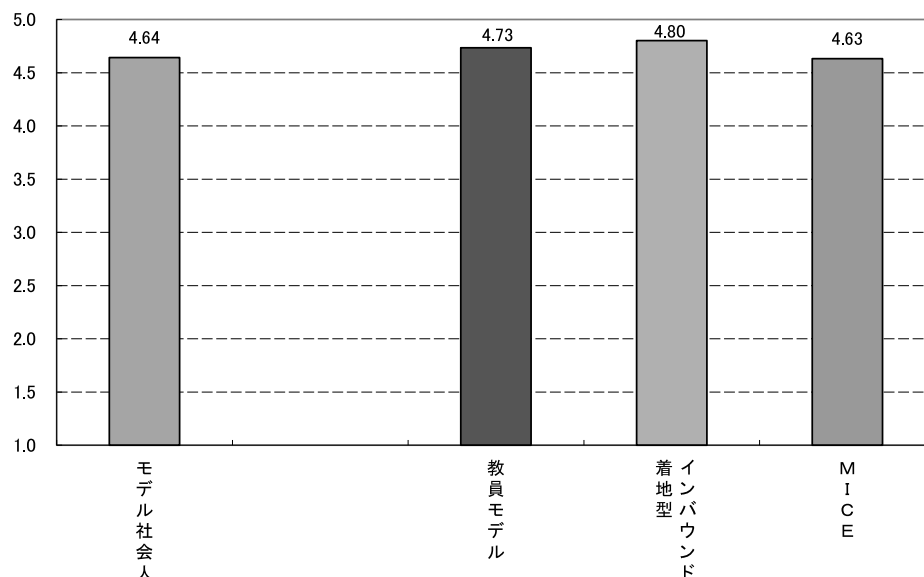
図2-3　コンピテンシー総合スコア
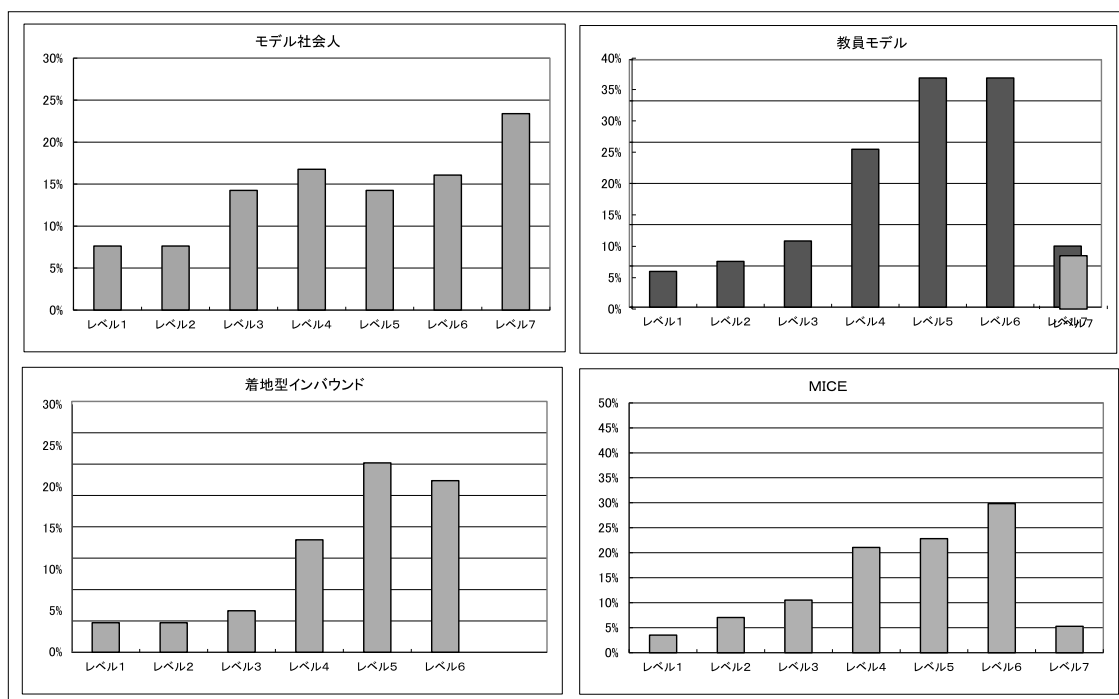
図2-4　コンピテンシー総合のレベル分布

(3)　観光人材モデルのコンピテンシー特徴

着地型インバウンド観光人材とMICE人材データを結合し、「インバウンド観光人材」として、インバウンド観光人材モデルと社会人モデル（社会で活躍する4000名の平均）と比較した。また、インバウンド観光人材モデルを、「年齢別」「勤続年数別」「就業感別」で分析をした。

1)　コンピテンシー総合（スコア1～7段階）

コンピテンシー総合の水準は、インバウンド観光人材（4.73）とモデル社会人（4.64）に比べてやや高い。男女別に分析をしたが、男性（4.78）の方が女性（4.55）よりも水準がやや高くなっている。「**図2-6**」
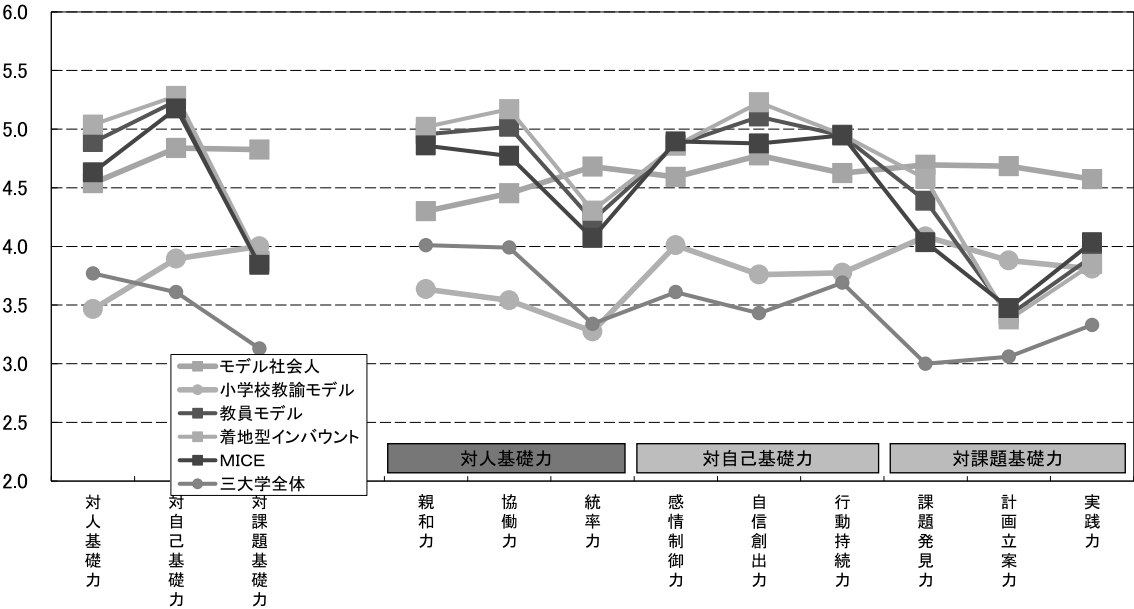
図 2-5　コンピテンシー要素別スコア
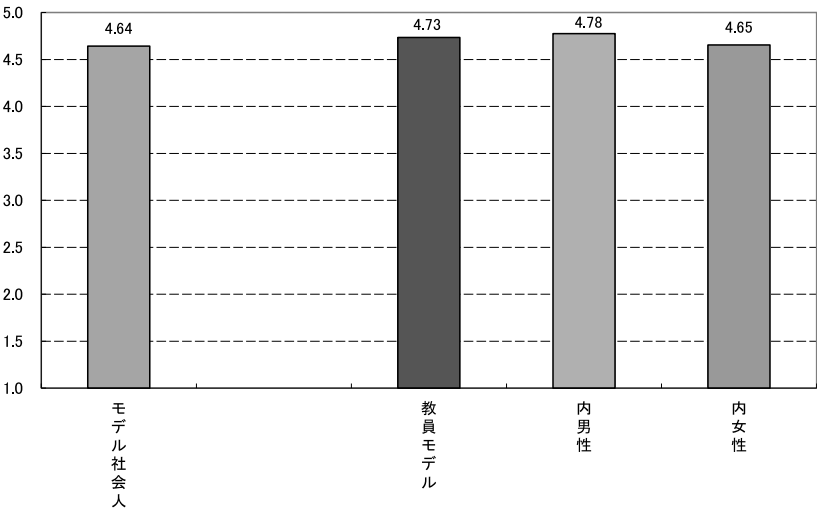
図 2-6　コンピテンシー総合スコア

2)　コンピテンシー総合のレベル分布

モデル社会人と比較すると、レベル 5〜レベル 6 に集中傾向がみられる。「**図 2-7**」
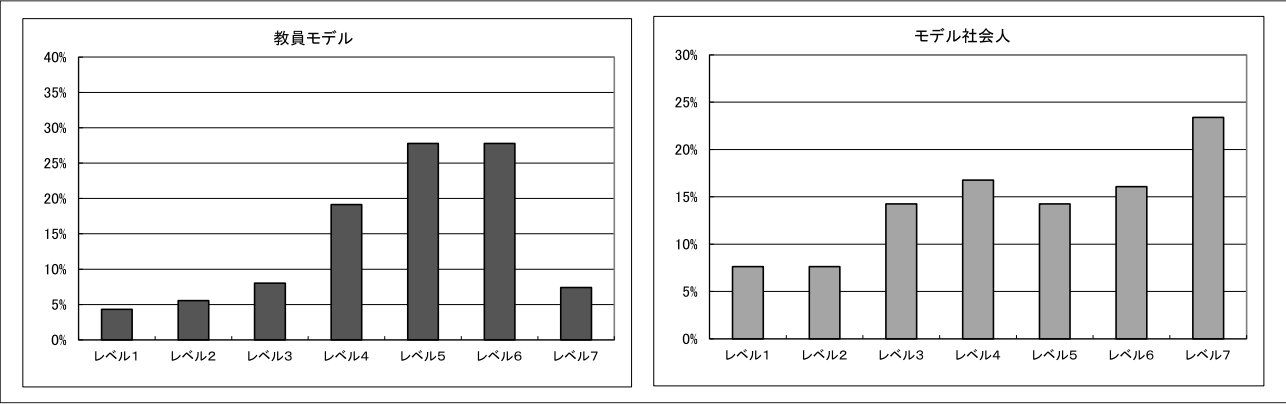
図 2-7　コンピテンシー総合のレベル分布

3） コンピテンシー要素別

インバウンド観光人材モデルは、社会人モデルと比較すると、コンピテンシー大項目では、「対人基礎力」「対自己基礎力」は水準が高く、「対課題基礎力」については、水準が低い。

コンピテンシー中項目では、「親和力」「協働力」「感情制御力」「自信創出力」「行動持続力」の水準が高く、「統率力」「課題発見力」「実践力」の水準が低い。特に「計画立案力」の水準が低いのが特徴的である。ここで注意しなければならないのは、インバンド観光人材モデルは、社会人モデルに比べて「計画立案力」の能力が低いのではなく、「計画立案力」について、社会人モデルの判断基準や行動基準と異なっていると認識をしなければならない。

先述したが、この PROG テストは、採点の基準集団を社会で活躍している 4000 人の回答パターンと同様の傾向の場合、スコアが高くなると設計しているからである。「**図 2–8**」
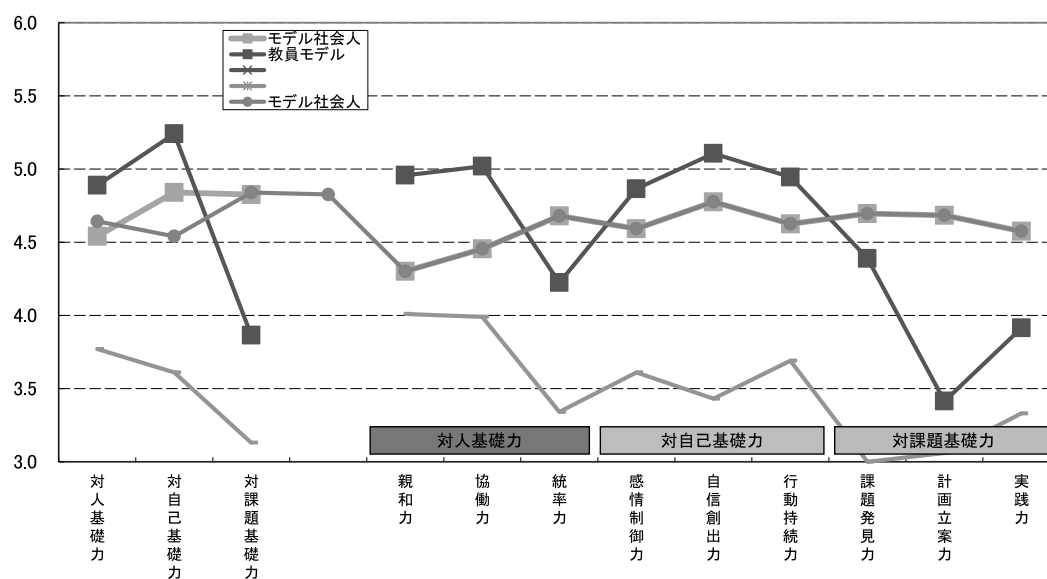
図 2–8　コンピテンシー要素別スコア

4） 年代別分析（コンピテンシー総合）

コンピテンシー総合を年代別にみると、29 歳以下（4.26）、30 歳代（4.66）、40 歳以上（5.00）と年代が高くなるほど水準が高くなっている。「**図 2–9**」

5） 年代別分析（コンピテンシー要素別 ）

コンピテンシー要素別にみると、「統率力」、「感情制御力」、「自信創出力」、「行動持続力」については、年代が高くなるほど、水準が高くなっている。

一方、「協働力」、「計画立案力」、「実践力」は、年代による差がそれほど顕著ではない。「**図 2–10**」

6） 勤続年数別分析（コンピテンシー総合）

コンピテンシー（総合）を勤続年数別にみると、3 年以上 10 年未満の方（5.00）が、3 年未満（4.60）よりも水準が高くなっている。「**図 2–11**」

7） 勤続年数別分析（コンピテンシー要素別）

コンピテンシー要素別にみると、「統率力」、「感情制御力」、「行動持続力」は、3 年以上の方が 3 年未満よりも水準が高いが、逆に、「計画立案力」、「実践力」は、3 年未満の水準の方が高い。「**図 2–12**」
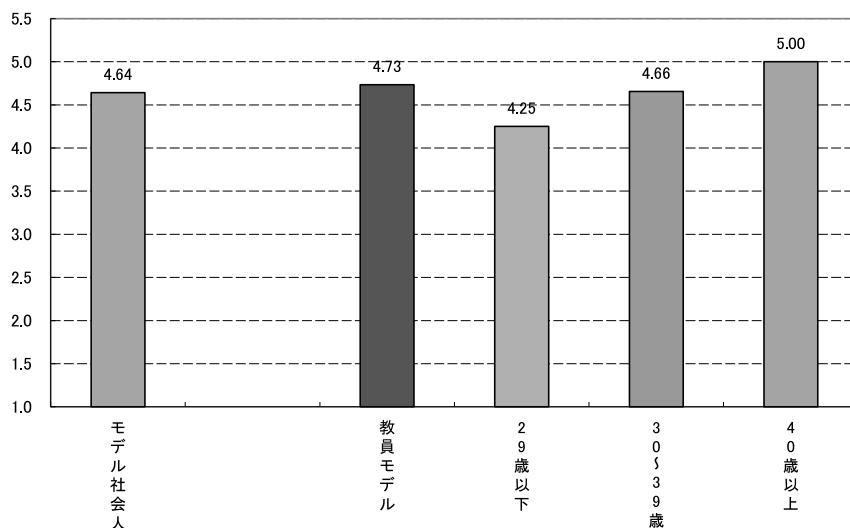
図 2-9　コンピテンシー総合年代別分析
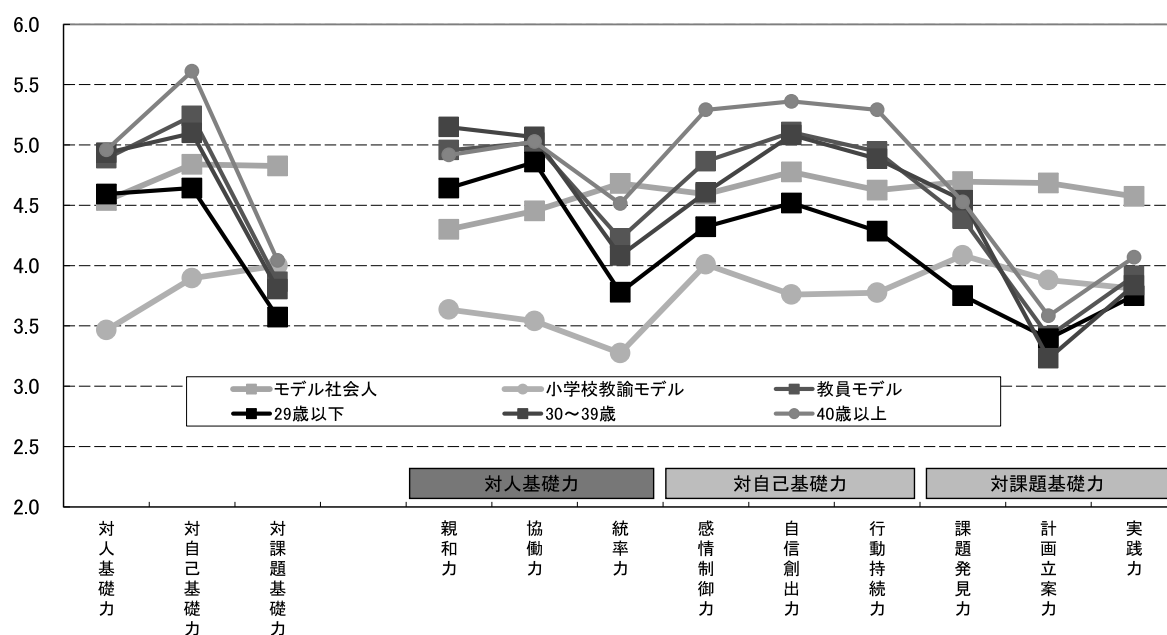
図 2-10　年代別分析（コンピテンシー要素別）

8） 就業観別分析（コンピテンシー総合）

コンピテンシー（総合）を就業観別にみると、「仕事内容満足層」、「処遇・待遇満足層」、「やりがいを感じている層」の水準は、全体平均を上回っている。「**図 2-13**」

9） 就業観別分析（コンピテンシー要素別）

コンピテンシー要素別にみると、「やりがいを感じている者」、「仕事内容満足層」、「処遇・待遇満足層」のフォルムは、インバウンド観光人材モデルと同傾向となっている。水準差でみると、いずれも、「親和力」、「協働力」、「自信創出力」などは、インバウンド観光人材モデル全体平均を上回っている。「**図 2-14**」
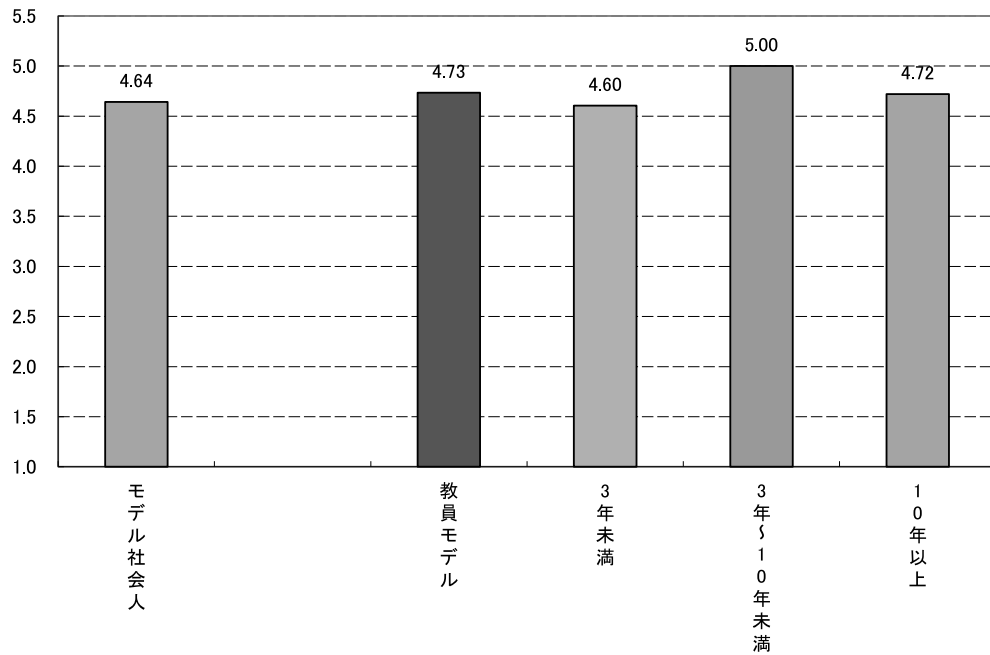
図 2-11　勤続年数別分析（コンピテンシー総合）
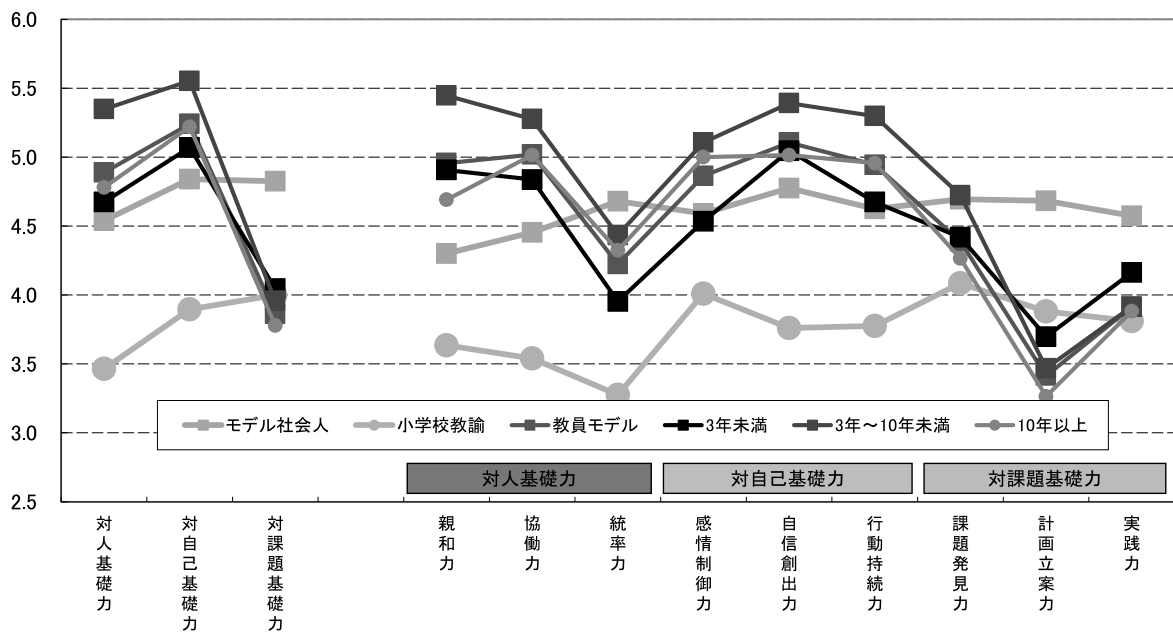
図 2-12　勤続年数別分析（コンピテンシー要素別）

5　今後の検証

2 年に渡り、PROG テストを活用し、観光人材のコンピテンシーモデルを調査した。年代別分析で取り上げたが、20 歳代で、「親和力」「協働力」がモデル社会人を上回っている。また、「感情制御力」「自信創出力」もモデル社会人と同じ水準に近づいている。これは、観光に携わっている人材が、現場を経験することで、コンピテンシー強化につながっている結果だと思われる。仮説であるが、大学教育でこれらのコンピテンシーを今以上に育成し、観光業に送り出せば、即戦力となり、早期退職も防止され、今後のインバウンド観光業を支える中核人材の育成の礎になるのではないか。
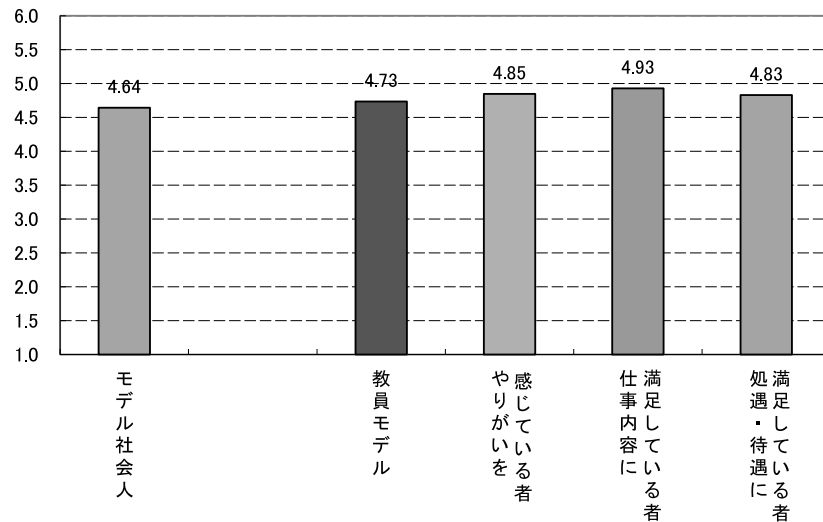
図 2-13　就業観別分析（コンピテンシー総合）
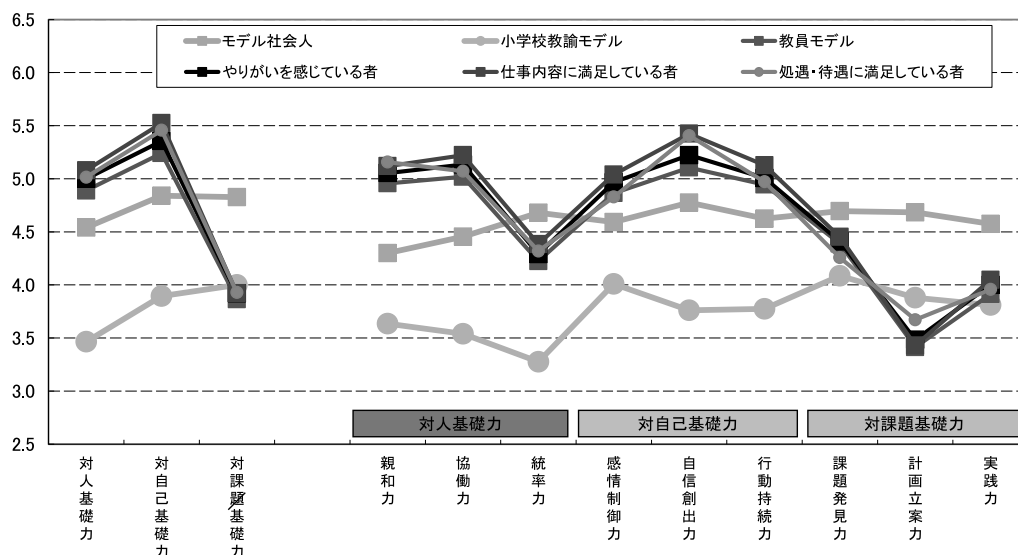
図 2-14　就業観別分析（コンピテンシー要素別）

今回は、大学１年生とインバウンド観光人材モデルと比較をしたが、もし機会があれば、大学３年生もしくは４年生のコンピテンシーを調査し、大学教育でコンピテンシー育成ができているかの検証と学生のどのような活動、行動がコンピテンシー育成に影響をしているのか調査をし、明らかにしたい。

6　インバウンド観光 コンピテンシーの強化書制作について

インバウンド観光人材モデル調査をした結果、インバウンド観光モデルと学生のコンピテンシーにギャップある「協働力」「自信創出力」「課題発見力」の３つの力を育成するための学生向け「インバウンド観光人材コンピテンシーの強化書」を作成した。「**図** 2-15～**図** 2-17」

図 2-15　「インバウンド観光人材コンピテンシーの強化書」

自信創出力
ポジティブな考え方やモチベーションを維持するチカラ。
自己に足りないチカラを認識した上で、
自己を成長させるチカラである。
自信創出力
「自信創出力」とは?
「自信創出力」を獲得した社会人先輩エピソード
自信創出力UP 8つのアドバイス
advice 1
友達や先生に
キミの強み弱みを聞いてみる
advice 2
目標は小分けにする
advice 3
自分の特徴の
ポジティブな面に目を向ける
advice 4
TRYする機会を
たくさん持つ
advice 5
旅行・観光・サービス業界で
長期バイトしてみる
advice 6
一人で海外旅行に
いってみる
advice 7
初めてのことに
チャレンジしてみる
advice 8
普段とは違う自分を
旅行記に書いてみる

協働力
目標に向けて協力的に仕事を進めるチカラ。
チームで仕事をする際、メンバーと良い関係を築き、
共通の目標に向かって協働するために欠かせないチカラである。
協働力
「協働力」とは?
「協働力」を獲得した社会人先輩エピソード
協働力UP 8つのアドバイス
advice 1
褒めてみることから始めよう!
advice 2
チームの決定に納得がいかないときは、
納得できるまで話す
advice 3
ボランティア活動に
取り組んでみよう
advice 4
サークルの引き継ぎで
情報共有ファイルを作る
advice 5
まずはサブリーダーに
なってみる
advice 6
留学生の人たちの相談に乗ってみる
advice 7
大きなイベントに
協働参加してみる
advice 8
バイトリーダーをやってみる

図 2-16

課題発見力

問題の所在を明らかにし、必要な情報分析を行うチカラ。
与えられた課題を解決するだけでなく、
自ら課題を見つけ出し解決に取り組むチカラである。

課題発見力 ＝ 情報収集 × 本質理解 × 原因追求

「課題発見力」とは?

情報収集

本質理解

原因追求

「課題発見力」を獲得した社会人先輩エピソード

課題発見力UP 8つのアドバイス

advice 1 講義で出た知らないキーワードを自分で深堀りしてみる

advice 2 ガイドブックに載っていない場所へ行ってみる

advice 3 外国人と時事問題について話をしてみる

advice 4 テーマをもって街歩きをしてみよう

advice 5 不満なこと、こうなったらいいのにと思うことを列挙してみる

advice 6 バイト先の売り上げUPを考えてみる

advice 7 イベントなどの反省会をやってみる

advice 8 課題解決型の授業に参加してみよう

インバウンド観光 コンピテンシー強化 ワークシート

インバウンド観光の関連産業で活躍を目指す人が
伸ばすべき３つのチカラ「自信創出力」「協働力」「課題発見力」。
それらチカラを現在の自分が持っているのか？
そして今後伸ばしていくには何をしていけばいいのか
ワークシートで考えていきましょう！

ワークシート 1 就職希望業界と自分の能力を活かせそうなこと

	あなたが今、興味のある業界		
業界名	A	B	C
上記の業界で現在学んでいることで活かせそうなこと	D	E	F

ワークシート 2 コンピテンシー自己評価

	構成するチカラ	できていると思うものに○を付けてください	今後特に伸ばしていきたいと考えるものに○を付けてください(3つ)
自信創出力	独自性理解		
	自己効力感・楽観性		
	学習視点・機会による自己変革		
協働力	役割理解・連携行動		
	情報共有		
	相互支援		
	相談・指導・他者の動機づけ		
課題発見力	情報収集		
	本質理解		
	原因追求		

ワークシート 3 チカラを伸ばすための具体策と振り返り

構成するチカラ名（ワークシート2から転記）	G	G	G
そのチカラを特に伸ばしたい理由	H	H	H
その力を伸ばす具体策を P4・P6・P8 のアドバイスを参考に書き入れてください。	I	I	I
振り返り	J	J	J

図 2-17

第3章

eラーニング教材の作成と教育評価

1　eラーニング全体の概要

平成25年度本事業において開発したインバウンド観光人材育成のためのeラーニング教材レベル1～3を追加修正し、新たにMICEにおいてのeラーニング教材のトライアル作成を行った。時間や場所の制限のないeラーニングを活用しできるだけ学習環境による制約を解消して、勤務や学校での本業の合間時間を活用することができるようにした。更には昨今飛躍的な普及をみせているスマートフォンやタブレット端末においても学習ができるようにしていつでも学習ができる仕組みの構築をおこなった。

2　eラーニングシステム

本事業においては株式会社プロシーズ社のeラーニングシステム「Learning Ware」と動画配信サービス「P-Movie」を活用した。「Learning Ware」は官公庁での事業、大学での利用の実績も豊富であり、ユーザー管理、教材配信機能、教材進捗管理機能といった一般的なeラーニングシステムの機能に加え、申し込み機能、スマートフォン、タブレット対応、アンケート機能を搭載しており本事業に適したシステムである。また、動画配信サービス「P-Movie」は動画の圧縮や各端末への最適化を行う機能があり教材作成の時間短縮とコスト削減に大きく貢献している。

(1)　「Learning Ware」の主な機能

① TOP画面

「アナウンス」（①）の部分に受講に関するガイドを行なった。「学習」か「講座一覧」（②）をクリックすると講座一覧が表示される。

図3-1　「Learning Ware」TOP画面

② **講座一覧と詳細画面**

「講座一覧画面」では各講座の学習進捗が棒グラフで表示され、「レッスンを受講する」ボタンをクリックすると講座内の単元（ユニット）の一覧が表示される。受講が完了した単元（ユニット）には進捗欄に「済」のマークが表示され修了したことがわかるようになっている。
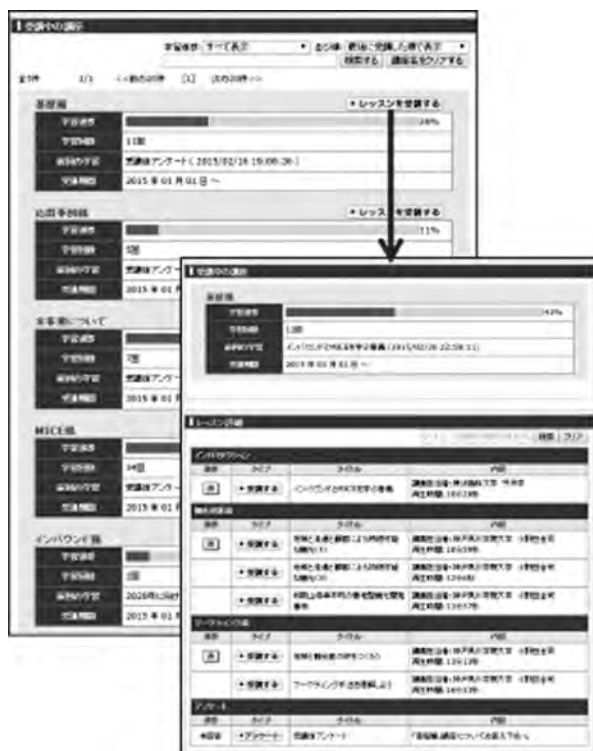
図 3-2　講座一覧

③ **スマートフォン画面**

スマートフォンの小さい画面に合わせたインターフェイスを用意しており、スマートフォンでも学習がスムーズにできるようになっている。

図 3-3　スマートフォン画面

④ **申込機能**

「Learning Ware」には申込機能が標準で搭載されており、受講希望者は希望ログイン ID、名前、メールアドレスなどを記入したユーザーに ID, パスワードを自動送信する機能があり、本事業でも利用した。

図 3-4　申込画面

⑤管理画面（学習進捗）

管理画面の「学習履歴」の「講座別の進捗率分布」の画面では講座毎の進捗率の分布を以下の図のように確認することができ、人数をクリックすると対象者が一覧で表示される。

管理画面では他にもユーザー管理、連絡管理、問合せ管理、講座管理を行うことができる。

図 3-5　講座進捗画面

⑥動作環境

動作環境は以下の**表 3-1** の通り。

表 3-1　Learning Ware 動作環境

OS	ブラウザ	
Windows Vista～ 8.1	Internet Explorer 7、8、9、10、11 FireFox(最新版)、Chrome(最新版)	
Mac OS X ※ユーザー画面のみ	Safari(最新版)	
iOS4～ ※ユーザー画面の一部のみ	Safari	
Android2.2～ ※ユーザー画面の一部のみ	標準ブラウザ	
その他環境 (対応環境 ｜ 推奨環境)		
ディスプレイ解像度	1024×768ピクセル以上	対応環境と同様
回線速度	下り：512kbps以上 上り：256kbps以上	下り：1024kbps以上 上り：256kbps以上
有効／搭載メモリ※4	256MB以上	512MB以上
CPU	Celeron1GHz以上、または Core Duo 1.66GHz以上、または上記に相当以上のCPU	対応環境と同様
プラグイン	タイピング・管理画面アンケートグラフ・修了証の閲覧のみ、Flash Player プラグイン(version9.0以上)が必要	対応環境と同様

(2)「P-Movie」の主な機能

① 動画アップロード

「P-Movie」動画配信システムでドラッグ＆ドロップで動画ファイルを簡単にアップロードできるシステムである。

図 3-6　動画アップロード画面

② 動画一覧

アップロードした動画は一覧で表示され、詳細画面で配信用の URL を取得することができ、e ラーニングシステムに登録することで e ラーニング教材として簡単に配信をすることが可能。

図 3-7　動画一覧画面と詳細画面

③ 動作環境

PC（Windows7）：IE8 以上、Chrome、FireFox

PC（Mac）：Chrome、FireFox、Safari

iOS(iPad、iPhone)：iOS7 以上・モバイル Safari

Android(タブレット、スマホ)：Android4.0 以上・標準ブラウザ

※ PC では最新版の FlashPlayer が必要。

3　e ラーニング教材作成

(1)　教材開発の方針

① スタジオ V.V. での撮影

e ラーニング教材作成はプロシーズ社のスタジオにて電子黒板を利用した講義を撮影した動画の形式にした。各分野の専門講師の方のキャラクターを活かしながら効率良く作成できる手法を採用した。

② 動画教材画面

84 インチの電子黒板に各講師作成のパワーポイント形式の資料を映し出し各講師は講義を行った。

図 3-8　動画教材画面（パソコン）

(2) 教材内容

① カリキュラムについて

本年度の事業は昨年作成した e ラーニング教材も含めて以下の 5 講座に整理した。

・本事業と本 e ラーニング教材について講座

表 3-2　本事業と本 e ラーニング教材について（総時間：6 分 57 秒）

イントロダクション			
1	講義	本事業について	講義担当者:横浜商科大学　宍戸学 再生時間:6 分 57 秒

・基礎編講座

表 3-3　基礎編（総時間：85 分 28 秒）

イントロダクション			
1	講義	インバウンドと MICE を学ぶ意義	講義担当者:横浜商科大学　宍戸学 再生時間:10 分 20 秒
観光資源論			
2	講義	地域と流通と顧客による持続可能な観光（1）	講義担当者:神戸夙川学院大学　小野田金司 再生時間:18 分 59 秒
3	講義	地域と流通と顧客による持続可能な観光（2）	講義担当者:神戸夙川学院大学　小野田金司 再生時間:12 分 6 秒
4	講義	和歌山県串本町の着地型観光開発事例	講義担当者:神戸夙川学院大学　小野田金司 再生時間:13 分 57 秒
マーケティング論			
5	講義	地域と観光客の絆をつくろう	講義担当者:神戸夙川学院大学　小野田金司 再生時間:13 分 13 秒
6	講義	マーケティング手法を理解しよう	講義担当者:神戸夙川学院大学　小野田金司 再生時間:16 分 53 秒
7	アンケート	受講後アンケート	

・応用事例編講座

表 3-4　応用事例編

観光資源論			
1	講義	事例　屋外アートイベント	講義担当者：神戸夙川学院大学　小野田金司 再生時間：17 分 32 秒
2	講義	事例紹介　巡礼	講義担当者：神戸夙川学院大学　小野田金司 再生時間：15 分 17 秒
3	講義	神戸とファッション　洋裁文化を通じて見る神戸の近代	講義担当者：神戸夙川学院大学　伊多波宗周 再生時間：13 分 18 秒
4	講義	神戸・北野町の宗教施設　そのディープな魅力を探る	講義担当者：神戸夙川学院大学　小磯学 再生時間：13 分 24 秒
5	講義	神戸・灘の酒造業　時代の変化を乗り越えてきた伝統産業	講義担当者：神戸夙川学院大学　小槻文洋 再生時間：19 分 24 秒
マーケティング論			
6	講義	観光産業適用ケース（1）	講義担当者：神戸夙川学院大学　田邊文彦 再生時間：14 分 50 秒
7	講義	観光産業適用ケース（2）	講義担当者：神戸夙川学院大学　田邊文彦 再生時間：13 分 20 秒
8	講義	旅行者行動論Ⅰ	講義担当者：神戸夙川学院大学　田中祥司 再生時間：15 分 3 秒
9	講義	旅行者行動論Ⅱ	講義担当者：神戸夙川学院大学　田中祥司 再生時間：15 分 1 秒
インバウンドリテラシー論			
10	テスト	アジア検定Ⅰ（国名と位置）	
11	テスト	アジア検定Ⅰ（国名と首都）	
12	テスト	アジア検定Ⅱ（国名と国旗）	
13	テスト	アジア検定Ⅱ（国旗と国名）	
14	テスト	アジア検定Ⅱ（国旗と首都）	
15	テスト	アジア検定Ⅲ（地域と位置　アジア編）	
16	テスト	アジア検定Ⅲ（地域と位置　中国編）	
17	アンケート	受講後アンケート	

・インバウンド編講座

表 3-5　インバウンド編（総時間：153 分 50 秒）

インバウンド編			
1	講義	2020 年に向けて 2000 万人計画（1）	講義担当者：神戸夙川学院大学　小野田金司 再生時間：14 分 55 秒
2	講義	2020 年に向けて 2000 万人計画（2）	講義担当者：神戸夙川学院大学　小野田金司 再生時間：17 分 20 秒
3	講義	ドン・キホーテのインバウンド観光成功事例	講義担当者：神戸夙川学院大学　小野田金司 再生時間：13 分 42 秒
4	講義	スポーツツーリズムで地域活性化	講義担当者：神戸夙川学院大学　西村典芳 再生時間：14 分 21 秒
5	講義	All　About の取組事例	講義担当者：神戸夙川学院大学　小野田金司 再生時間：16 分 2 秒
6	講義	ASEAN からのインバウンドを 迎えるにあたって ～「ハラール」とは何か？～①	講義担当者：四国学院大学　杉山維彦 再生時間：9 分 49 秒
7	講義	ASEAN からのインバウンドを 迎えるにあたって ～「ハラール」とは何か？～②	講義担当者：四国学院大学　杉山維彦 再生時間：14 分 7 秒
8	講義	日本におけるインバウンドの変移①	講義担当者：長崎国際大学　海老澤昭郎 再生時間：9 分 50 秒
9	講義	日本におけるインバウンドの変移②	講義担当者：長崎国際大学　海老澤昭郎 再生時間：9 分 36 秒
10	講義	インバウンドにおける外国語版観光マップ	講義担当者：株式会社昭文社　正木聡 再生時間：17 分 3 秒
11	講義	外客免税制度	講義担当者：神戸夙川学院大学　小野田金司 再生時間：17 分 5 秒
12	アンケート	受講後アンケート	

• MICE 編講座

表 3-6　MICE 編（216 秒 53 秒）

MICE 論				
1	講義	MICE とは？（MICE の意味、MICE の意義）	講義担当者：観光渉外官　乾有貴	再生時間：41 分 39 秒
2	講義	MICE の M・I	講義担当者：横浜商科大学　秋山友志	再生時間：12 分 37 秒
3	講義	MICE の C・E	講義担当者：横浜商科大学　秋山友志	再生時間：12 分 50 秒
4	講義	「日本再興戦略」と「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」	講義担当者：観光渉外官　乾有貴	再生時間：31 分 56 秒
5	講義	MICE に取り組む旅行会社の事例　～(株)日本旅行における MICE 業務～	講義担当者：株式会社日本旅行　矢嶋敏朗	再生時間：15 分 34 秒
6	講義	ホテルにおける MICE 業務	講義担当者：神戸夙川学院大学　清水隆吉	再生時間：19 分 43 秒
7	講義	MICE に取り組む先進的ホテルの事例～(株)プリンスホテルの MICE 戦略　その1～	講義担当者：横浜商科大学　宍戸学	再生時間：13 分 36 秒
8	講義	MICE に取り組む先進的ホテルの事例～(株)プリンスホテルの MICE 戦略　その2～	講義担当者：横浜商科大学　宍戸学	再生時間：11 分 47 秒
9	講義	MICE に取り組む都市（横浜市の事例紹介）	講義担当者：横浜商科大学　秋山友志	再生時間：16 分 21 秒
10	講義	「グローバル MICE 戦略都市」と「ユニークベニュー」	講義担当者：観光渉外官　乾有貴	再生時間：24 分 1 秒
11	講義	神戸国際観光コンベンション協会の MICE 取り組み概要	講義担当者：神戸国際観光コンベンション協会　渡邊光	再生時間：16 分 49 秒
12	アンケート	受講後アンケート		

4　教育評価

（1）講座毎に以下のような質問のアンケートを設置した

表 3-7　アンケート設問一覧

回答種別		設問内容	選択肢 1	選択肢 2	選択肢 3	選択肢 4	選択肢 5	選択肢 6	選択肢 7	選択肢 8
1問	単一選択	性別	男	女						
2問	単一選択	年齢	～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～		
3問	単一選択	所属	企業	公務員	大学・大学院（学生）	専門学校（学生）	高校（学生）	主婦（夫）	無職	そのほか
4問	単一選択	学習内容に興味をもった。	とてもそう思う	どちらかといえばそう思う	どちらともいえない	どちらかといえばそう思わない	全くそう思わない			
5問	単一選択	講義内容はわかりやすかった。	とてもそう思う	どちらかといえばそう思う	どちらともいえない	どちらかといえばそう思わない	全くそう思わない			
6問	単一選択	学習時間は適切であった。	とてもそう思う	どちらかといえばそう思う	どちらともいえない	どちらかといえばそう思わない	全くそう思わない			
7問	単一選択	eラーニング教材は操作はしやすかった。	とてもそう思う	どちらかといえばそう思う	どちらともいえない	どちらかといえばそう思わない	全くそう思わない			
8問	単一選択	全体として満足だった。	とてもそう思う	どちらかといえばそう思う	どちらともいえない	どちらかといえばそう思わない	全くそう思わない			
9問	単一選択	主にどんな端末で受講をしましたか。	パソコン	タブレット	スマートフォン	そのほか				
10問	記述式	ご感想やご要望など自由にお書きください。								

5　実施結果

（1）e ラーニング受講結果

① **実施期間：**2015 **年** 2 **月** 3 **日～**2 **月** 20 **日**

② **受講結果（全受講者と修了状況）**

e ラーニングの受講者は本事業に参画、協力の学校、企業関係の方々から募った。

受講者の総数は 217 名で修了率が最も高かったのは「本事業について」講座であるが 1 単元で最も時間が短いため

だと考えられる。

表 3-8　受講状況一覧

全受講者	217	
	修了者	修了率
本事業について	66	30.41%
基礎編	25	11.52%
応用事例編	4	1.84%
インバウンド編	14	6.45%
MICE編	17	7.83%

(2)　アンケート結果

① 受講者の属性について

講座毎に設置したアンケート結果についてまとめる。性別、年齢、所属については以下の通りである。

・性別
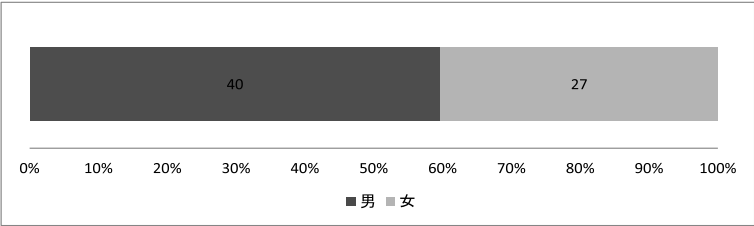
図 3-9　性別（N=67）

受講者の約 60 %が男性である。

・年齢
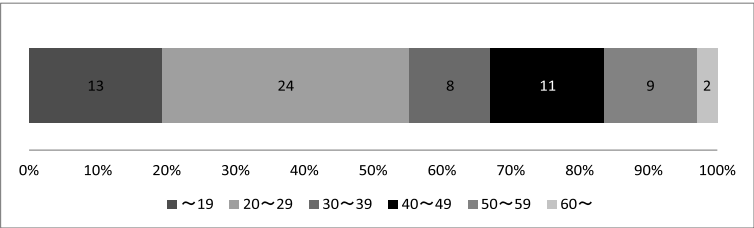
図 3-10　年齢（N=67）

20～29 歳が最も多く全体の 29 歳までで半数を超えている。

・所属
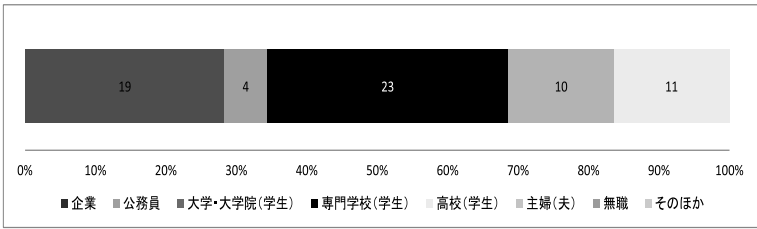
図 3-11　所属（N=67）

大学生が最も多く、次いで企業の方である。

② アンケート設問

NO4～8 については各講座についての質問であり以下に結果をまとめる。各設問を「とてもそう思う」を 5 点とし以下「どちらかといえばそう思う」4 点、「どちらともいえない」3 点、「どちらかといえばそう思わない」2 点、「全くそう思わない」1 点で平均値をとった。
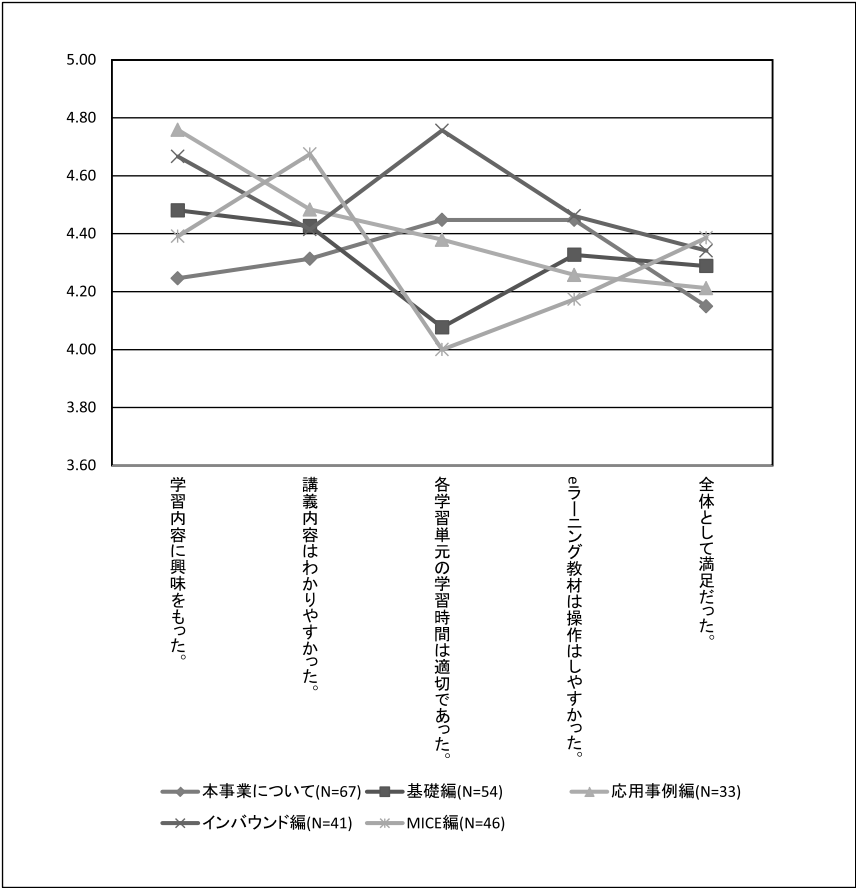
図 3-12　各講座について

・学習内容の興味について

「応用事例編講座」、「インバウンド編講座」が比較的高いものとなった。自由記述の感想をみると「応用事例編講座」には今回唯一テストを設置したがゲーム感覚で楽しかった、他の講座にもテストがあった方が良かったなどの意見も

あった。

・講義内容について

MICE 編講座が最もわかりやいという意見が多かった。聞き取りやすい、わかりやすかったという記述も多かった。

・学習単元の時間について

「インバウンド編」講座は単元の平均再生時間が 13 分 59 秒で最も短く（「本事業について」講座は他講座と比較し極端に短く除外)、「MICE 編」講座は 19 分 43 秒でもっとも長い。学習の最小単元はできるだけ短く区切る方が適切と判断されると思われる。

・e ラーニング操作について

全体として問題はなかったと思われる。

・満足度について

全体として満足度は高かったと言える。

③ 端末

e ラーニングの受講の端末について聞いた。
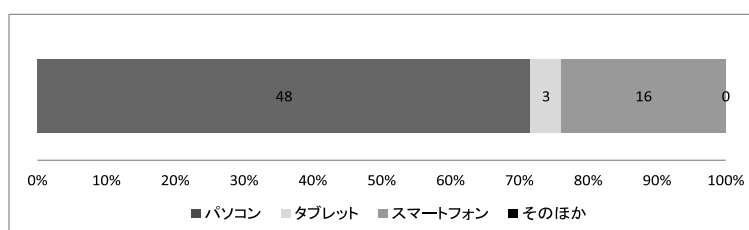
図 3-13　e ラーニング受講の端末について（N=67）

パソコンが約 7 割を超えてはいるがスマートフォンの受講も 4 分の 1 ある。

6　まとめ

(1)　実施内容と評価

① 教材内容について

本事業では平成 25 年度に開発したインバウンド観光人材育成のための e ラーニング教材レベル 1～3 を追加修正し、新たに MICE においての e ラーニング教材のトライアル作成を行い全部で約 600 分（10 時間）の動画教材とテストに整理しまとめあげた。アンケートの結果からみても学習内容や講義について評価は高かったと言える。

② e ラーニングについて

スマートフォンでの学習も 4 分の 1 にのぼり、学習単元が短くすき間時間を活用できる e ラーニングの手法は評価が高かった。

(2)　今後への課題と展望

① 学習期間について

教材の制作に時間を要したこともあり e ラーニングの開始が 2 月 3 日となり学習する期間として充分だったとは言

えなかった。

② 学習方法について

スマートフォンでも学習が可能な e ラーニングの形式は評価が高かったが、一方で画面が小さいこともありスライドの字が小さいなどの指摘もあった。また、資料の文字や色などのバラツキがあることへの指摘もあった。それらを踏まえ、充分なフォントサイズなどを定めた画面のテンプレートを作成した上で講師の方にその利用方法まで充分に説明することで講義の質を更に上げることが可能になると思われる。

③ 学習単元の時間について

学校や会社での休憩時間や移動時間などのすき間時間で学習することを想定して最小単元の学習時間はできるだけ短くする（15 分以内）方が良いと思われる。

④ テキストについて

レジュメやダウンロードテキストのご要望が比較的多かった。書き込みたいという学習者のニーズはある。

第4章

インバウンド観光指導者の指針

「インバウンド観光人材育成指導者育成用テキスト」をお使いになる前に

1　はじめに

神戸夙川学院大学では、2007年開学以来マスツーリズムに代わる地域が主体となったツーリズムの知識と技能を習得する「ニューツーリズム人材養成講座」を大学内外で展開してきた。この「ニューツーリズム人材養成講座」の受講生は、学生のみならず観光事業者、地域住民も参加、神戸市をはじめ県外の観光地域などで、行政や旅行会社と共同で数多く実施された。地域住民と意見を交換したうえで、フィールドワークを実施し地域の魅力を体感しながら、新しい観光地域づくりを行うこの観光演習は、本学学生のコンピテンシーの成長に効果を上げてきた。

本学では「観光甲子園」という高校生の観光プランコンテストも開催している、高校生自らが「地域観光プラン」を競い合い、観光現象を通じた地域貢献活動（観光振興）と そのフィールドを活用した教育的な効果（観光教育）を上げることを目指し取り組んでてきた。2013年4月には、横浜商科大学、長崎国際大学と本学にて「みなとまち三大学連携協定」を締結し、観光甲子園をはじめとした観光教育の連携協力を展開してきた。

2013年度文科省委託の本事業、「地域産業活性化のための着地型観光プレイヤー人材育成」は、三大学に加えて専門学校、行政、企業、団体のご協力をいただき、人材要件調査や教材製作に取り組んできた。

この事業を進める課程で、地域社会や産業界において、外国人観光客の誘致、サービスの提供方法、などに対する学びのニーズが高いことが判明した、2013年9月には2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催決定により、さらにインバウンド観光人材育成ニーズが高まった。そのため、Web教材はインバウンド観光に関する教育を拡充し、インバウンド観光シンポジウムやインバウンド観光取扱説明書の発行などを行い、初年度事業を終了した。この事業を持続的に推進していく組織として、一般社団法人日本インバウンド教育協会を産学共同で設立している。

2014年度は、本学が次年度の新入生の募集を停止することになったため、事業主体を横浜商科大学にお願いをし、MICE人材育成も加え「地域産業活性化のためのインバウンド観光人材育成」とタイトルも改めて取り組んだ。

インバウンド観光教育は、従来の宿泊、交通等の観光サービス産業界だけではなく、行政、警察、病院、不動産、食品メーカーなどを含めた幅広い業界に必要とされている。この成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進事業では、大学生をはじめとする日本の若者、女性そして高齢者を含めた全員参加で、日本の経済を支える分厚い中間層（=中核的専門人材）を育成するのが大きな目的である。そしてインバウンド観光人材は短期間で多くの人材を育成することが求められてくる。そこで、生涯学習分野で、新しい展開方法によって短期間に多くの女性指導者育成した教授法なども盛り込んだ「指導者を育成する」ためのテキストを制作した。

なお、神戸夙川学院大学は2015年の3月にて廃止の予定であるが、この事業資産については、4月より神戸山手大学現代社会学部に新設される観光文化学科にて継承される。

2　インバウンド観光の理念

今回製作した「インバウンド観光人材育成指導者用テキスト」では、第 1 章を理念編とし、インバウンド観光の先進的実践者の考え方を説明している。

昨年、この事業を契機に一般社団法人日本インバウンド教育協会を設立したが、その中心的役割を果たしている人物は、ドン・キホーテグループ、株式会社ジャパンインバウンドソリューションズ代表取締役社長、中村好明氏である。彼は全く観光事業経験が無い中、インバウンド観光市場に挑戦し、わずか 8 年で訪日外国人観光客の 50%の 500 万人が、「ドン・キホーテ」に来場する仕組みと 300 億円以上のショッピングツーリズム市場を創りあげた。インバウンド観光におけるショッピングツーリズムという概念を確立し、日本におけるインバウンド消費の重要性や成長性を明確に情報提供してくれている。

このテキストでは、ドン・キホーテの外国人観光客に対する免税販売における、商品造成、商品流通、価格そしてプロモーション方法などのマーケティングミックスや営業手法を提供するビジネス講座ではない。そこを学習したい人も非常に多く重要なことではあるが、それ以上に大切なことは、インバウンド観光の正しい考え方と目的を理解し、外国人観光客を受け入れる心構えを学ぶことである。

この指導者用テキストでは、数ある彼の持論を絞り込み、観光立国の必要性、公共哲学の視点、外貨獲得の輸出産業の役割を理解するようにしている。インバウンド観光の成功には、考え方と心構えが重要であり、ここでは必修のユニット学習教材と位置付けて学んでいただき、同じように指導していただきたい。

まず「観光立国の必要性」を第 1 回のテーマとしている。日本はインバウンド観光において急成長をし、2013 年度に 1000 万人を突破するが、世界ランキングは 27 位である。国の規模（人口）で比べるとさらに下位となる。国際観光収支においても、首位の米国の 10 分の 1 という現状を認識する必要がある。日本の目指す観光立国とは、急速に成長するアジアをはじめとする世界の観光需要を取り込むことにより、地域活性化、雇用機会の拡大などの効果を上げることである。諸外国との相互理解を増進し、世界の平和を牽引する。そしてインバウンド観光により、人口急減社会の地方を創生することも大きな目的となる。

第 2 回はインバウンド観光と公共哲学をテーマにしている。経営者というより哲学者である中村好明氏が、最も大切にしているのが、公共哲学の視点でインバウンド観光を展開する点である。「私」ではなく「私たち」の視点で取り組んでいく姿勢を十分理解してインバウンド観光を指導して欲しい。

第 3 回は、インバウンド観光は輸出産業であるということである。外国人観光客の旅行消費はどんどん増加している。2014 年度は前年比 43.3%増の 2 兆 305 億円と推計され過去最高を更新している。昨年 10 月に改正された外国人観光客の全品免税制度の効果はさらにこれから見込まれる。さらに 2015 年 4 月からは、商店街などでも免税商品販売ができるような仕組みが検討されている。インバウンド観光消費により地方商店街の振興の切り札としても期待されている。

ここではこの 3 点に絞り込みインバウンド観光の理念編としてテキストに掲載しているが、指導者を目指すためには是非中村好明氏の著書 2 冊を参考図書として読んでおくことをお勧めする。

- 中村好明 2012「ドン・キホーテ流観光立国への挑戦−激安の殿堂が切り開くアジア観光交流圏という市場」メディア研究所
- 中村好明 2014「インバウンド戦略−人口急減には観光立国で立ち向かえ!」時事通信社

3　講師力養成編

テキストの第 2 章は講師力養成編として、一般社団法人日本学習機構認定機構代表理事の前田出氏より、生涯学習の指導者を育成する事業経験とビジネス界に教育関連事業を提案し、約 80 協会の設立に関係した経験をもとに作成された「教える力認定講座」（公益財団法人日本生涯学習協議会監修、認定）のカリキュラムを提供いただいた。

生涯学習の指導者育成事業では、女性起業支援を目的として、「好きを仕事に!」をテーマに公益財団法人日本生涯学習協議会（所管:内閣府）の監修・認定で認定講師を創出し、「楽習フォーラム」と名付けた認定講師のコミュニティを形成、相互に指導技術と知識を楽しく学び向上させながら事業を持続させ、多くの女性起業家を成功に導いてきた。この楽習フォーラム事業では、13 年間で 47,000 名の新しいホビー業界市場の指導者（=認定講師）を輩出し、講師業で創業独立を果たし、多くの女性が、多彩な教室ビジネスなどで生き生きと活躍している。

その後、この楽習フォーラム事業モデルを発展させ、ビジネス業界に「社会に良いことをしながら利益を出す仕組み」として、2007 年に「新・家元制度」を提唱し、多くの協会の設立に関与し、一般企業に教育をビジネスに取り入れる仕組みを提供してきた。

そこで成功のポイントは、講師力すなわち「教える力」である。ここでは、女性や社会人を対象に、ビジネス講師として成功するためのノウハウを体系的にまとめたカリキュラムとなっている。本来は、2 級から 1 級そしてマスターと 3 段階の講座になっているが、ここではベーシックコースである 2 級講座をインバウンド観光人材育成用に仕様を変更して作成している。

講師の仕事は、受講生に「真の目的」を理解させ、ゴール（目標）まで導くことである。ここでは次のステップ 1 からステップ 10 までの 10 段階で学んでいく。

各回で二つずつ学ぶように設計している。この「教える力」の技能を身につけて、日本のインバウンド観光人材の育成に貢献してほしい。

2020 年のオリンピック開催地の決定に至るまで、住民の賛成数を計る世論調査では日本は最下位であり、開催が危ぶまれた。開催決定後は徐々に世論は盛り上がっているが、東京オリンピック・パラリンピックの成功のためにも、国民全体がインバウンド観光を理解し、多くの外国人観光客の受け入れをサポートすることが重要である。大学や専門学校の教育機関のみならず、社会人や女性そして生涯学習でもこの学びの輪を拡大していかなければならない。

大学などの教育機関にはあまりなじみがないカルチャー、ビジネス講師の技能向上プログラムであるが、学生教育のみならず、社会人の学び直しや女性の就業支援プログラムに取り組むことを求められている教育機関は、この仕組みを参考にするべきである。

・前田出 2008「一気に業界 No.1 になる!「新・家元制度」顧客獲得の仕組み―どんなビジネスにも使える! 継続率 96%の秘密」ダイヤモンド社

・前田出 2013「「学び」を「仕組み」に変える新・家元制度」アチーブメント出版

4　Web 教材利用編

ここでは、昨年度に制作された Web 教材に加え、今年度追加された Web 教材を利用した指導方法を解説している。積み上げ式学習ユニットとしての e-ラーニング教材（レベル 1〜3）として 2013 年度神戸夙川学院大学にて開発、1 本当たり約 15 分でまとめている。学生も含めてであるが、日本人の観光のイメージの大多数がアウトバウンド観光であるため、利用する際は、観光事業経験者が対象でもレベル 1 から再度履修をすすめたい。

【レベル 1】

担当者として上司の指示・助言を踏まえて定業的業務を遂行できる。[着地型観光、インバウンド観光、地域産業・文化の基本的知識、おもてなしの知識・技能]

・着地型観光論「地域と流通と顧客による持続可能な観光（1）（2）」「和歌山県串本町の着地型観光開発事例」（講師:小野田金司/神戸夙川学院大学）
・インバウンド論Ⅰ「2020 年に向けて 2000 万人計画（1）（2）」（講師:小野田金司）
・着地型観光マーケティング論Ⅰ「地域と観光客の絆をつくろう」「マーケティング手法を理解しよう」（講師:小野田金司）
・みなとまち観光論Ⅰ「神戸・北野の宗教施設～そのディープな魅力を探る」（講師:小磯学/神戸夙川学院大学）

【レベル 2】

チームの中心メンバーとして、着地型観光ツアー（インバウンド向けを含む）を自主的に企画・実施できる。［リーダーシップ、マーケティングの基礎］

・着地型観光論Ⅱ「事例屋外アートイベント」「巡礼」（講師:小野田金司）
・インバウンド論Ⅱ「スポーツツーリズムで地域活性化」（講師:西村典芳/神戸夙川学院大学）「ドン・キホーテのインバウンド観光成功事例」（講師:小野田金司）
・マーケティング論Ⅱ「観光産業適用ケース（1）（2）」（講師:田邊文彦/神戸夙川学院大学）
・みなとまち観光論Ⅱ「神戸とファッション:洋装文化を通じて見る神戸の近代化」（講師:伊多波宗周/神戸夙川学院大学）

【レベル 3】

観光を切り口として地域産業商品の国内・海外販売の事業計画を策定できる。[マーケティング、事業マネジメント、プロモーション技術）]

・着地型観光論Ⅲ「着地型商品の企画造成」「Web システムへの登録」（講師:冨澤美津男/（株）ティー・ゲート
・インバウンド論Ⅲ「All About の取組事例」（講師:小野田金司）
・マーケティング論Ⅲ「旅行者行動論Ⅰ・Ⅱ」（講師:田中祥司/神戸夙川学院大学）
・みなとまち観光論Ⅲ「神戸・灘の酒造業:時代の変化を乗り越えてきた伝統産業」（講師:小槻文洋/神戸夙川学院大学）

【レベル 4】

・インバウンド論「20 年前のインバウンド/インバウンドはビジネスへ①②」（講師:海老澤昭郎/長崎国際大学）
・インバウンド論「ASEAN からのインバウンドを迎えるにあたって「ハラールとは何か」①②」（講師:杉山維彦/四国学院大学）
・インバウンド論「インバウンドにおける外国語版観光マップ」（講師:正木聡/昭文社）
・インバウンド論「インバウンド観光外客免税制度改正」（講師:小野田金司）

レベル区分については 2015 年 1 月 31 日現在の暫定である。今後委員会で協議、再構成されることもある。このテキストでは、MICE 論の指導については、含めていないが Web 教材は以下の通りである。

【レベル 2】

「MICE とは?」（講師:乾有貴/観光庁 MICE 推進担当参事官付観光渉外官）
「MICE の M・I」（講師:秋山友志/横浜商科大学）
「MICE の C・E」（講師:秋山友志）

【レベル 3】

「日本の再興戦略と観光立国実現に向けたアクション・プログラム」（講師:乾有貴）

「旅行会社における MICE 業務」（講師:矢嶋敏朗/日本旅行）

「ホテル業界が考えるべき MICE のポイント」（講師:清水隆吉/神戸夙川学院大学）

「MICE に取り組む先進的ホテル事例～（株）プリンスホテルの MICE 戦略①②」（講師:宍戸学/横浜商科大学）

【レベル 4】

「MICE に取り組む都市（横浜市の事例紹介）」（講師:秋山友志）

「グローバル MICE 戦略都市とユニークベニュー」（講師:乾有貴）

「神戸国際観光コンベンション協会の MICE 取組概要」（講師:渡邊光/神戸国際観光コンベンション協会）

第5章　MICE 都市及び人材育成調査

事例 1 —札幌市—

1　はじめに

筆者（市岡）は平成 26 年 3 月まで札幌に在住し、札幌国際大学観光学部に所属していた。同学部在籍中に、MICE 関連の研究調査として札幌市市長政策室より「札幌市大学提案型共同研究事業」を受託し、平成 24、25 年度の 2 年間に亘り札幌市における MICE 人材育成に関わる調査研究を行った。本稿では、MICE 事例として札幌市における MICE 事業推進について推進体制と政策を概説すると同時に、筆者が関わった調査研究の経緯と成果をまとめながら、同市の MICE 人材育成に関する取組を中心に報告したい。

2　札幌市における MICE 推進について

（1）　受け入れ態勢と政策

札幌市の MICE 受け入れは、地方自治体機関としては札幌市観光文化局観光コンベンション部（以下観光文化局）、および、公益財団法人札幌国際プラザ コンベンションビューロー（以下札幌国際プラザ）が担っている。観光文化局は主に MICE 推進に関する政策策定・推進を担い、札幌国際プラザは同市への MICE 誘致に中核的役割を果たしている。観光文化局の MICE 専従職員は 3 名、札幌国際プラザの MICE 担当スタッフは 9 名（加えて東京に誘致担当部長 1 名）となっている。また、札幌市の H26 年度の MICE 関連事業費は、

・札幌 MICE 総合戦略策定費 5,500 千円
・コンベンション誘致促進助成金 10,000 千円
・MICE 推進事業費 31,558 千円（MICE 推進委員会負担金、コンベンションガイド更新作成）
・MICE 誘致強化事業費 6,000 千円（インセンティブ誘致促進サポート制度、広報 PR）
・コンベンションビューロー運営費補助金 50,708 千円

であった。

札幌市は MICE 促進を「観光と両輪をなす重要な政策課題」と位置づけ、2010 年に同市における MICE 推進に関わる向こう 5 年間の戦略として「札幌 MICE 総合戦略」を発表した。同戦略では、札幌市における 2010 年度現在の MICE 市場規模を観光市場の約 1 割、470 億円と推計し、5 年後の 2014 年までに国際会議の年率 5%成長、および、インセンティブツアーの 5 割増大などにより、2 割増大の 570 億円の市場規模とすることを目標とした。また、**図 5-1-1** に示した「施策 I〜IV」の具体的施策分野において 45 事業を推進することを明記している。また、戦略的事業として、

①中国市場へのマーケティング強化
②韓国大田市コンベンションビューローとの共同による MICE 推進

③環境関連国際会議の誘致・創出

を掲げ、同戦略の実施期間中にそれぞれ一定の成果を上げている。
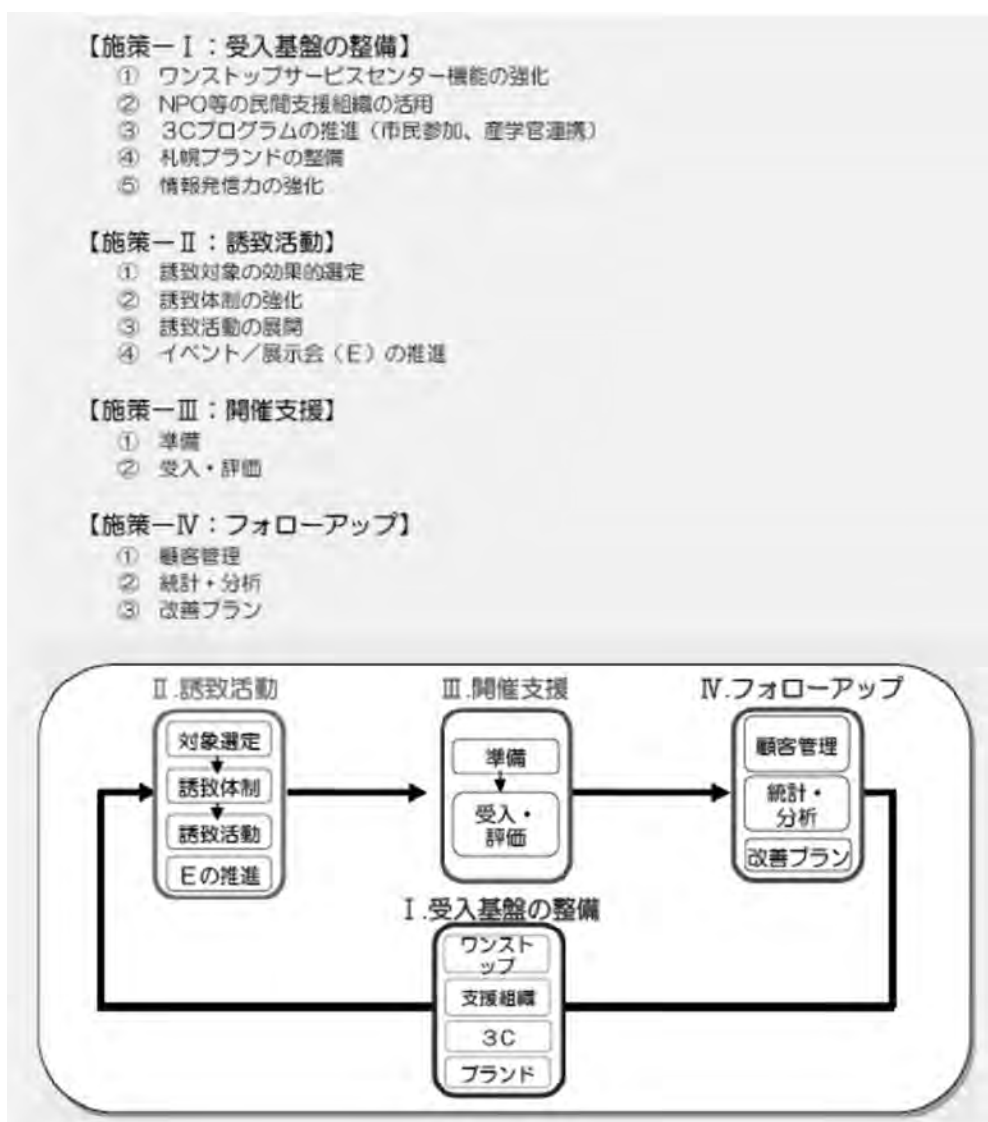
図 5-1-1　「札幌 MICE 総合戦略」に示された 4 つの施策と推進体制（出展:札幌市）

札幌市は、MICE 誘致を「短にその経済効果を期待するのではなく、市民参加による地域価値・地域創造を実現する手段」と位置づけ、「Communication-国際交流と「Convention-コンベンションの振興を「Citizen-地場企業を含めた広範な市民参加により推進することで、国際都市にふさわしい街づくりを進める」ことを基本理念としている。この、「3C による MICE 推進」は「札幌方式」とも呼ばれ「市民参加による交流事業としての MICE 推進」という点で注目を浴びている。

また、市内の MICE 関連の企業や機関からなる横断的組織として、NPO 法人 コンベンション札幌ネットワーク（以下、コンベンション札幌ネットワーク）が 2001 年に設置された。同 NPO 法人は、市内の MICE 関連事業者 92 社・機関から成り（2015 年 2 現在)、MICE 推進に関連する事業者の連携・協働体制の構築と推進の役割を担っている。さらに、2008 年 7 月に北海道洞爺湖で開催された地球環境をテーマとした G8 サミットを契機に、21 世紀における地域の自立的な発展の手段として持続可能なコンベンション推進を図ることを理念とした「日本コンベンション研究

会」を2009年に設立し、その事務局を札幌国際プラザ内に置いている。同研究会は全国組織であり、「コンベンションに関する理論、技術、人材の育成」を含む５つの主活動を掲げ、設立に先立つ2006年から「国際観光コンベンションフォーラム」を全国主要都市で毎年開催している。

(2) 主な受け入れ施設

MICE受け入れ施設に関しては、市内中心部に位置する札幌コンベンションセンター（収容力最大2,500人)、アクセス札幌（展示面積約5,000m^2）がある。札幌コンベンションセンターのMICE担当職員は14名となっている。そのほかのMICE関連施設については、観光文化局と札幌国際プラザが、2014年に『札幌コンベンション施設ガイド』を発行し、札幌市とその周辺市町村におけるMICE受け入れ施設を紹介している。加えて市内のユニークベニューについても“Unique Venue & Team Building Guide"（4か国語対応）を2014年に発刊し、MICE都市としての札幌の魅力を発信している。

写真 5-1-1　左より：モエレ沼ガラスのピラミッド、大倉山ジャンプ競技場、札幌コンベンションセンター

(3) 札幌市の MICE の特色

札幌市のMICE誘致を特色については、前述のとおり、市内関連企業・機関や市民参加による連携・協働によるMICE推進が挙げられるが、加えて、2000年以降誘致活動を強化してきた「インセンティブ」誘致の実績が挙げられるだろう。また、環境配慮型MICE（グリーンMICE）推進についても、我が国における「先進事例」として広く認識されていことに加え、札幌国際プラザや札幌コンベンションビューローのスタッフの、MICE推進に関する高度な専門知識や豊かな経験、そして何より質の高い「おもてなし」は、国内外から高く評価されている。

3 札幌市における MICE 分野における人材育成に関する取組

前述のとおり、札幌市は2010年に「札幌MICE総合戦略」を策定したが、その中で「人材不足」を課題の一つとして明記した。具体的対策事業として、2011年度から３年間、札幌市や札幌商工会議所、札幌国際プラザ、および、コンベンション札幌ネットワークなどで構成する「さっぽろ雇用創造協議会（事務局:札幌市経済局雇用推進部内)」が、厚生労働省の「地域雇用創造推進事業（パッケージ事業)」を受託し「さっぽろMICEアカデミー」を実施した。同アカデミーは、札幌地域の雇用創出に向けた人材育成や就職促進のための事業として推進したもので、将来的なMICE人材を対象とした「初級編」、「中級編」、「上級編」の３部門から成っている。主にMICE産業への就職希望者が参加し、講座やワークショップ、実地研修などを通じて、MICEに対する理解を深め、参加者のMICE関連企業・団体等

への就職や起業などを目指したものであった。３部門に加え、「企業編」も実施し、MICE 関連企業・団体に勤務する若手職員が新たな MICE コンテンツを実践的に学ぶ機会として提供された。

一方、筆者が主任研究者となり札幌市から受託事業として H24 年度から２か年に亘り推進した調査研究は、まさに MICE 分野の人材育成に焦点をあてたものだった。H24 年度は「札幌市の MICE 促進に貢献し得る人材養成に関する調査研究」と題し、MICE 人材育成に関する海外先進事例（シンガポール、香港、ハワイ）を調査すると同時に、札幌市内における MICE の認知度や理解度の向上を目的としたセミナーを実施した。同時にセミナー参加者にアンケート調査も実施したところ、MICE の認知や理解の浸透度はまだ低いものの、MICE に関わる職業を「魅力的」と感じていること。MICE 関連のセミナーの継続的な実施を強く希望していることなどが明らかとなった。H24 年度は研究成果として９つの具体的提言を行った。内、人材育成に関しては、

①インターンシップなどを含む実務経験が必須であること。その機会を提供することに関して市内の産学官の連携が重要である

②MICE のビジネス特性上、英語コミュニケーション能力は必須であり、今後の人材育成プログラムにおいて英語コミュニケーション能力の涵養は不可欠である

③MICE 分野における今後の人材育成プログラム構築には、産業界のニーズの把握が不可欠である

の３点を指摘した。

H24 年度の研究成果を受け、H25 年度は MICE 人材育成に関して具体的なカリキュラムや教材の提案を目指した。それに基づき、まず国内外の高等教育機関や自治体による MICE 人材育成に関するプログラムを調査分析した。また、MICE 人材に求められる能力資質や今後のカリキュラム展開について、市内関連業界従事者によるディスカッション、および、産官学の関係者による円卓会議も実施した。さらに、今後の MICE 教育プログラムの中で使用すべきテキストの開発についても検討した。前年度の研究成果からも、MICE 人材教育における英語コミュニケーション能力の重要性が指摘されたため、教材は英語によるものが望ましいというのが研究者の一致した意見ではあったが、実用性を考え、海外の大学・大学院レベルで使用されているテキストを１部選択し、その一部を翻訳して、今後のテキストの参考資料として提示した。成果として、

①MICE 人材育成には、業界専門知識に加え実務体験が不可欠である。

②英語コミュニケーション能力は必須であり、その涵養は重要である。

③MICE 人材育成事業には、産官学の連携が不可欠である。その連携推進にあたっては、「観光振興」の視点のみならず「国際交流」「国際理解」「グローバル人材育成」、あるいは、札幌市が推進している「環境配慮型 MICE」の視点から「環境教育」分野の視点を取り入れることも考えられる。

などを指摘した。

これらの研究成果に基づき、MICE 人材育成カリキュラムについて、

①市内の高等教育機関において、「観光」「国際交流」「国際理解」「環境教育」などの分野において関連科目を開設し推進する。

②市内の大学などにおける既存の関連科目を体系化し、「コア科目」と「選択科目（含む実務経験）」を設定し、必要科目の習得を満たした際に、認定資格を付与する「札幌 MICE マスター（仮称）」を導入・展開する。

③すでに MICE 関連事業に従事している若手社会人に対しは海外で展開されている MICE 人材育成プログラムへの派遣制度の導入などを検討する。

などを提案した。

以上、２年に亘る「札幌市における MICE 人材育成に関する研究調査」は、MICE 人材育成に必要不可欠な要素の中でも、特に重要な項目として「英語コミュニケーション能力」と「実務経験」の２点を挙げると同時に、MICE 人

材育成推進については、産官学の連携が不可欠であること、MICE について市民の理解度を促進するためのセミナーや業界ニーズの把握は、定期的、かつ、持続的に実施していくことが重要であるという結論に至った。

4　札幌市における MICE 推進についての展望

札幌市の「札幌 MICE 総合戦略」は H26 年度までの計画であることから、本事業では同市における今後の MICE 推進計画について、2014 年 12 月に関係者によるディスカッションとヒアリングを行った[*1]。

観光文化局コンベンション新総合戦略については、正式発表が平成 27 年 2 月以降となることから、具体的事業内容などについては公表できないとのことであったが、新戦略の骨子は以下の概要である。

札幌市は MICE 推進の 3 つのミッションとして、

①経済波及効果

②札幌市の知名度・好感度の向上

③市民満足（国際性の涵養）の向上

を挙げている。このミッションを達成するための行動計画は以下の 5 つの柱から成っている。

①MICE の誘致・セールス

②開催支援と「おもてなし」の提供

③組織運営の強化

④人材育成の高度化

⑤施設・設備の整備

このうち、④の人材育成の高度化に関しては、筆者らの共同研究の成果としての提言は「今後も大学などと連携して MICE 理解の促進を進める」という文言に反映させたが、「MICE 人材が有するスキル・能力」の明確化が課題だという指摘もあったという。従って、本事業が調査対象としている「MICE 人材に必要とされるコンピ―テンシーの明確化」は、今後の札幌市における MICE 人材育成事業を具体化する意味でも意義が大きいものと期待していると評価された。一方、共同研究事業で提案された、海外における MICE 人材育成プログラムの派遣は極めて難しく、具体的な実施計画もなく、市内の産官の関連機関の連携による研修の実施が現実的だという認識であることが判明した。他方、MICE 人材育成に関する産官学連携は非常に重要であり、円卓会議の継続実施など今後も連携強化を図っていくことで意見が一致した。

本事業が計画しているテキスト作成や E ラーニングの導入については観光文化局の担当者のみならず、ディスカッションに参加いただいた各位からも絶大な支持を得た。加えて、今後の MICE 人材に必要なコンピテンシーについては、2 年間の研究成果として「もっとも重要」として指摘した「英語コミュニケーション能力」と「実務経験」の重要性が改めて挙げられた。加えて、問題発見や課題解決能力、リーダーシップを発揮でき、MICE の基本的意義ともいうべき「交流と集客」を促進するに十分な社会性を備えていることが要件となることも指摘された。また、「実務経験」の機会として、インターンシップについては、札幌国際プラザや札幌コンベンションセンターが定期的に受け入れを行っている。また、H25 年度の共同事業の一環として行った円卓会議において、インターンシップのみならず、「グローバル人材育成事業」として英語を使ったキャリアアップ研修事業や、市内における国際会議の運営補佐に学生を動員するなど、多様なかたちでの「実務経験」の機会の提供が必要であることも提言された。

注 1　ディスカッションは、12 月 12 日に札幌国際プラザにて行った。参加者は、札幌市観光文化局観光コンベンション部岩立課長、二渡係長、札幌国際プラザ荻部長、望月氏、池田氏、北星学園大学短期大学部森越教授、本事業主任研究者宍戸教授、市岡で行った。また、同日、宍戸教授と共に札幌コンベンションセンター岩本氏にヒアリングを行った。

5　まとめ

以上、札幌市の MICE 推進について、主に筆者が関わった 2 年間の MICE 人材育成に関する研究調査の成果を軸に現況を報告した。札幌市の MICE 推進のキーワードとして「市民参加」「交流」「連携」が挙げられるが、そうした「ソフト面」における質の向上についての取り組みとその成果は、「ワールドクラスのおもてなしの札幌 MICE」として、海外からも高い評価を得る結果につながっているといえよう。こうした「ソフト面」の質の高さの維持・向上のためにも、今後も人材育成に注力していくことが不可欠であることは言うまでもない。本事業が推進した「MICE 人材に必要なコンピテンシー」の明確化、E ラーニングやテキストの導入などの研究成果には、札幌市の関係者から高い評価を得たと同時に、今後も MICE 人材育成に関する諸事業・研究に同市の関係者も支援を続けて行きたいという意向が示された。MICE 人材育成の促進に関する札幌市のさらなる支援・協力を期待したい。

第5章　MICE 都市及び人材育成調査

事例 2 ―仙台市―

1　はじめに

仙台市は東北地方の政治・経済・文化の中心であるとともに、緑豊かな「杜の都」であり、都市と自然が調和する街である。また、「学都仙台」と呼ばれるように、東北大学を中心に市内には数多くの高等教育機関が集積しており、学術研究機能の中枢でもある。平成 24 年 10 月に東北大学と仙台市が「コンベンションの誘致・開催における連携・協力に関する協定」を締結し、市と東北大学の連携体制が整った。平成 27 年 4 月には仙台国際センター隣に 3,000m^2 の大展示室と複数の中規模会議室を備える新たな展示施設が誕生することで、より大型のコンベンションの開催が可能になる。このようにハード・ソフト両面において、コンベンション誘致の準備が整った仙台市では、平成 30 年に年間 250 件の国際会議の開催をめざす。

本報告では、仙台市の MICE 誘致・開催の中心である組織への聞き取り調査[*1]および各種資料[*2]より仙台市の MICE の現状と MICE 人材およびその育成について述べる。そのため、本報告の記述は聞き取り調査の結果および公表資料に基づくものである。なお、仙台市では MICE では広すぎるためコンベンションに特化していることから、本報告はコンベンションについて述べることとする。

2　仙台市の MICE の取組概要

平成 25 年度の仙台市内で開催されたコンベンションは 669 件である（公益財団法人仙台観光コンベンション協会[*3]調査による記者発表資料より）。そのうち国際会議は 104 件（前年度比 13 件増）で、昭和 60 年度の調査開始以来、過去最高の件数であった。国際会議の総参加者数は 50,012 人で、前年度と比べ約 2 万人の増加である。国際会議開催件数および参加人数の増加理由としては、震災後に仙台市・仙台観光コンベンション協会が国際会議の誘致を積極的に推進していることに加え、平成 24 年度に引き続き、震災の影響で仙台開催を中止した会議が開催される動きがみられたこと、外国人が参加する 500 人以上の大型医学会の開催が増加したことにより、開催件数・参加人数ともに増加したこととされている（記者発表資料より）。平成 27 年 3 月に開催される「第 3 回国連防災世界会議」では国内外から延べ 4 万人以上の参加が見込まれている。

注 1　聞き取り調査にご協力いただいた方は次の通りである（調査日:平成 27 年 2 月 6 日)。記して感謝申し上げる。①仙台市経済局国際経済・観光部国際プロモーション課コンベンション推進室室長　庄司厚様、②公益財団法人仙台観光コンベンション協会コンベンション事業部事業部長　中村芳朗様、③仙台ホテル総支配人協議会 会長、仙台ターミナルビル株式会社 専務取締役、ホテル事業本部長　紺野純一様。

注 2　主に使用した資料は次の通りである:仙台市公式ホームページ、仙台観光コンベンション協会公式ホームページ、『仙台・宮城コンベンション施設ガイド』（平成 24 年）、『仙台コンベンションガイド』（平成 26 年）。これらの資料に加え、本報告に必要な多くの資料をいただいた。資料の提供に深く感謝する。

注 3　以下、仙台観光コンベンション協会と呼ぶ。

表5-2-1 開催年度別コンベンション開催状況

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
国際会議	70件	64件	45件	91件	104件
（総参加人数）	15,268人	12,301人	14,586人	29,851人	50,012人
全国規模大会	201件	198件	89件	162件	164件
東北規模会議	232件	186件	98件	200件	158件
県内規模会議	202件	182件	149件	239件	243件
合計	705件	630件	381件	692件	669件

出所：記者発表資料より（仙台観光コンベンション協会）

3 仙台市のMICE施設の概要

仙台市のコンベンション施設は仙台市街地エリアに18、仙台市周辺エリアに13、計31ある。国際会議場である仙台国際センターの隣に誕生する新展示施設は「第3回国連防災世界会議」（平成27年3月）の会場である。夢メッセみやぎの展示棟は東北最大の7,500m^2で、無柱空間のため立体的な展示も可能である。また、大規模なコンベンションが対応可能な宿泊施設もある。仙台市街地エリアに12、仙台市周辺エリアに14、計26ある。主要コンベンション施設および主要ホテルは下記の通りである（**表**5-2-2、**表**5-2-3)。

表5-2-2 主なコンベンション施設

エリア	名 称	メインホール		その他の会議室数	
		名称	収容人数[1]	～199名	200名～
仙台市街地ｴﾘｱ	仙台国際センター	大ホール	1,000	8	4
	新展示施設	展示室	2,560	4	
	東北大学百周年記念会館（川内萩ホール）	ホール	1,235	3	
	仙台サンプラザ ホール	サンプラザホール	2,710	6	2
仙台市周辺ｴﾘｱ	夢メッセみやぎ	展示ホール			

[1] 原則シアター（イスのみ）の対応人数
出所：『仙台コンベンションガイド』p.25より

表5-2-3 主な宿泊施設

エリア	名 称	メインホール		客室数
		名称	収容人数[1]	
仙台市街地ｴﾘｱ	ウエスティンホテル仙台	グランドボールルーム	500	292
	江陽グランドホテル	鳳凰	800	149
	仙台国際ホテル	平成	1,000	234
	ホテルメトロポリタン仙台	千代	1,000	295
仙台市周辺ｴﾘｱ	仙台ロイヤルパークホテル	ロイヤルホール	700	110

[1]ブッフェ対応人数
出所：『仙台コンベンションガイド』p.26より

4 MICE 関連組織と役割分担

学都の強みを活かし国内トップクラスのコンベンション都市をめざし、平成 24 年 10 月に仙台市と東北大学は「コンベンションの誘致・開催における連携・協力に関する協定」を締結した。官と学が協働するのは全国初の試みである。仙台市は東北大学の国際的な知的ネットワークを活用して大規模なコンベンション誘致の推進を協力して進めるとともに、東北大学の主催者が学会などを主催する際の負担を軽減するために仙台観光コンベンション協会と連携してワンストップサービスを提供する（仙台市ホームページより）。また、この協定後は、コンベンション誘致の中心である仙台観光コンベンション協会と東北大学・仙台市による、学会を誘致できる教授や開催経験者といったキーパーソンへの訪問など、戦略的なコンベンション誘致活動が行われている。

このように、仙台市が国際会議などのコンベンション推進に注力してきた背景には、東日本大震災の風評被害を払拭する目的もある。目で見て体験してもらい、地元で口コミを広げてもらうことで、交流人口の回復ひいては地域の活性化をはかるのである。

仙台市は産官学協働によるコンベンション誘致活動を行っている。仙台市におけるコンベンション誘致・開催のメインプレーヤーは仙台市経済局コンベンション推進室、仙台観光コンベンション協会、東北大学の 3 者である。さらに平成 27 年 4 月からは仙台国際センターの新指定管理者が誘致に加わる。また、仙台ホテル総支配人協議会（平成 24 年 5 月 8 日発足）があり、市内にあるホテル間での連携体制を築いている。

①仙台市経済局国際経済・観光部国際プロモーション課コンベンション推進室

コンベンション誘致に関連する施策の総合的な推進を担う部署として、平成 24 年 11 月に経済局内に「コンベンション推進室」が設置された。コンベンション誘致および平成 27 年 4 月にオープンする仙台国際センター隣の大規模展示施設の整備を担当する。なお、平成 27 年 4 月から、この新展示施設を含む仙台国際センターの新指定管理者は青葉山コンソーシアムとなる（指定期間 5 年間）。株式会社東北共立、日本コンベンションサービス株式会社、野村不動産パートナーズ株式会社、石井ビル管理株式会社、小田原電機工業株式会社の連合体で、5 社のうち 4 社は地元の企業である。

②仙台観光コンベンション協会

仙台観光コンベンション協会は、平成 12 年 4 月に（財）仙台コンベンションビューロー、（社）仙台市観光協会、仙台市物産振興協会が統合されたもので、平成 23 年 11 月 1 日に公益財団法人へ移行した。なお、協会内にコンベンション事業部ができたのは 3 年前である。担当者も 2 名だったことから誘致活動を積極的に行うことは困難であったが、現在は 9 名で、今後も増員し、コンベンションの誘致を強化する予定である。

仙台観光コンベンション協会では、仙台でのコンベンション開催を積極的に誘致支援している。具体的な内容として、①大会準備期間に関わる支援メニュー、②大会期間中の支援メニューの 2 つがある。例えば、①では開催地視察受け入れや、資金に関する事前対応[*4]として会議開催助成制度（上限最大 300 万円）、会議間のシャトルバス補助制度（上限最大 50 万円を助成）、開催準備貸付金制度、小規模国際会議助成制度）、②では仙台七夕飾りの貸出しや国際会議または全国規模会議対象で、JR 仙台駅 2 階の観光案内所前のコンベンションウェルカムボードへの大会名の掲出、国際会議の手伝いをするボランティアの派遣（仙台コンベンション学生サポーター派遣）などがある。コンベンション開催のためのサポート体制を構築している。

注 4　なお、資金が交付されるのは大会終了後である。

仙台観光コンベンション協会は、東北・新潟でのコンベンション開催誘致・促進を図ることを目的とした、東北６県および新潟県のコンベンション推進 16 団体で構成される東北地区コンベンション推進協議会の事務局でもある。首都圏の学会や大会主催者を対象に都内で合同誘致セミナーを実施している。

③東北大学（広報課社会連携推進室）

学都仙台を代表する東北大学は、百周年記念会館川内萩ホール、マルチメディア教育研究棟、川内北キャンパス講義棟、片平さくらホールの４つのコンベンション施設がある。百周年記念会館川内萩ホールは世界水準の音響と学術会議機能を備えたコンベンション施設である。東北大学のコンベンション開催支援として、相談を受け付けるとともに、東北大学のコンベンション施設および仙台国際センター等と有機的な連携を図り、東北大学の職員等が関係する学会等の教育・研究拠点及び学術・文化活動への場を提供するとしている。そして学都仙台の基盤づくりおよび東北大学の国際的プレゼンスの向上への貢献を目的としている（東北大学ホームページより）。

④仙台ホテル総支配人協議会およびホテルメトロポリタン仙台[*5]

震災特需が平準化した後の需要喚起をエリアで考えようということから、仙台ホテル総支配人協議会が平成 24 年５月８日に発足した。コンベンション誘致や業界全体の発展、地域活性化においては、同業者同士の連携は必須であるという意識のもと、連携体制を構築中である。２か月に１回会議を開催し、市内ホテルの実務責任者が情報交換を行っている。

ホテルメトロポリタン仙台は 1,000m^2 の宴会場を有していることから、仙台観光コンベンション協会や行政とコンベンション営業活動をするとともにホテル独自でも個別に誘致活動を行っている。宿泊、営業セールス部門がこの誘致に携わっている。同社はもともと、部門間の垣根をどう低くするかと考えており、部門を超えた活動を行っている。例えば、同社のプロジェクト制度がその１つである。この制度では調理部門や宿泊部門など、同社の部門を超えたメンバーにより構成され、これまでに同ホテルの化粧室や和室の改装、レストランメニューのリニューアルなどがプロジェクトで行われている。

平成 27 年３月に「第３回国連防災世界会議」が開催されるが、同会議の開催決定後には、仙台らしさを出すための客室のリニューアル、Wi-Fi 完備、フロントの自動両替機の導入、ローカルハラル認証の取得などを行った。また、ホテル内にも仙台の伝統工芸を取り入れるなど、仙台らしさを表現している。

地方のホテルの収益は宿泊３割、一般宴会３割、ブライダル３割、レストラン１割と言われているが、バブル崩壊以降、ブライダルは減少している。地域創生の面からも、MICE 誘致やインバウンドの重要性は認識しており、MICE を今後の柱としていきたいとのことである。

以上、コンベンション推進における主要プレーヤーを挙げたが、これらの協力体制による具体的な目標として、仙台市は平成 26 年２月に「仙台成長デザイン」を発表した（対象期間:平成 25 年度から平成 29 年度）。これは震災復興を見据えた地域産業の振興に取り組む必要性から策定されたものであるが、その中に仙台経済の新たな成長に向けた戦略として、「４つの数値目標」と「９つの戦略プロジェクト」がある（**表 5-2-4**）。以下では本プロジェクトに関連する事項のみを取り上げ説明する。

注 5　ホテルメトロポリタン仙台は仙台ターミナルビル株式会社が運営している。

表 5-2-4　仙台成長デザイン

4 つの数値目標	平成 29 年までに「新規開業率日本一」 平成 29 年までに「年間観光客入込数 2300 万人」 平成 25 年から平成 29 年までに「累積新規雇用 10 万人」 平成 29 年までに「年間農業販売額 100 億円」	
9 つの戦略プロジェクト	チャレンジ中小企業 ウェルカム！仙台・東北 インベスト・センダイ クール・センダイ まちづくり駆動型ビジネス	スタートアップ・センダイ ウーマノミクス テクノロジー都市・仙台 仙台農業・地域創造産業化

出所:「仙台経済成長デザイン―質的拡大による新たな成長―」(平成26年2月)
http://www.city.sendai.jp/sumiyoi/keizai/keikaku/__icsFiles/afieldfile/2014/02/10/design_3.pdf

4 つの数値目標:平成 29 年までに「年間観光客入込数 2300 万人」

日本全体では訪日外国人数は震災前よりも増加してきているが、仙台のインバウンドはわずか 1%と、依然として厳しい状況である。平成 25 年度の仙台・宮城デスティネーションキャンペーンと、そのポストキャンペーン「仙台・宮城【伊達な旅】春キャンペーン 2014」の開催により誘客活動を行うとともに、交流人口の拡大により経済波及効果を狙う。そして、国際的な観光・コンベンション都市として、平成 29 年までに国内外からの年間観光客入込数 2,300 万人（平成 24 年比 500 万人増）を目指す。

9 つの戦略プロジェクト:ウェルカム!仙台・東北

コンベンション誘致はこのプロジェクトの 1 つである。仙台市ではコンベンション受け入れ環境づくりと誘致・開催支援の強化により、「国内トップクラスのコンベンション都市」の実現に向け、3 つのステージから成るロードマップを提示している（平成 24 年～平成 30 年）。平成 30 年に年間 250 件の国際会議の開催を目指している。なお、この件数は国際会議開催数国内第 2 位（253 件、平成 25 年）のグローバル MICE 戦略都市、福岡市を参考にしている。

5　仙台市の特徴

MICE 都市としての仙台市の特徴は大きく 2 点ある。第 1 に交通の便の良さである。東京から新幹線で 90 分、市内もバス・地下鉄が発達している。しかしながら、東京から 90 分という立地の良さは、首都圏からの日帰りを可能にするため地域経済への貢献という意味においてはデメリットでもある。仙台空港からのアクセスも良いが（電車で最短 17 分)、空路が不十分である。仙台空港民営化に伴い、路線の拡充や LCC 導入を期待している。

第 2 に防災・復興に関する取り組みである。東日本大震災の経験から、防災関連会議のメッカを目指している。都市でみると阪神淡路大震災を経験した神戸市が競合になると考えられるが、仙台市はいまだ震災の爪痕が残る場所が数多くあり、被災地を見ることができるのが強みである。

一方、問題点としてはコンベンション施設や会場が不足していることから、開催者側から 3,000 人規模の施設の要望は多いが対応できる施設が不十分であることが挙げられる。また、仙台市内には 44 の宿泊施設があり、客室数はホテルで 9,000 室、旅館も入れると 20,000 室あるが、宿泊施設においても 5,000 人規模の学会が入ると市内のホテ

ルは埋まってしまい、これにイベントが重なると収容能力を超えてしまう。仙台市の大型ホテルは「三減一増」と言われるように、3 つの大型ホテル（仙台ホテル、仙台エクセルホテル東急、ホテル仙台プラザ）が相次いで閉館し、ウエスティンホテル仙台が開館した。近隣の市や福島県や山形県に宿泊するケースもある。

コンベンション施設や会場不足に関しては、既存のコンベンション施設である仙台国際センター隣に大規模展示施設が平成 27 年 4 月にオープンすることで解決できる。ここは 6,000 人収容できることから、これまで開催が困難であった大規模なコンベンション誘致が可能となる。また、平成 27 年 12 月には地下鉄東西線が開通し、仙台国際センターまでは仙台駅から 4 分と、交通の利便性も飛躍的に向上する。

6　人材育成・教育および求める人材像

まず、人材育成・教育の取り組みから述べる。

民の観点から:ホテルメトロポリタン仙台では、ホテル業は労働集約型産業、固定装置産業であり、人が全てであると考えている。そのため積極的に外部の研修やセミナーなどにも行かせ教育に力を入れている。また、資格取得のための補助を行うことで資格取得を推進している。ホテル内では、ジョブローテーションによりマルチ型スタッフの養成に注力している。新入社員教育においては平成 22 年よりブラザー・シスター制度を導入している。これは先輩が新入社員とペアを組み、「教える」・「教わる」ことを通して新入社員のみならず、既存の社員も成長させる取り組みである。

官の観点から:市役所では「オールマイティよりも専門知識を有する人材を育成したい」とのことである。仙台観光コンベンション協会では、これまでは出向に頼っていたのでこれからはコア人材を育てていこうと考えている。現在、内部の教育制度はなく、JNTO や ICCA が主催する研修会を活用している。内部では実務経験を積ませることで人材育成をはかっている。仙台観光コンベンション協会から仙台市のコンベンション推進室で 1 年人事交流をしている。これにより双方の理解度が深まり連携体制の強化につながっている。

また、協会内部の人材育成ではないが、仙台観光コンベンション協会では、同協会に登録しているボランティア「仙台コンベンション学生サポーター」を仙台市で開催される国際会議（外国人の参加者数が 100 人以上の国際会議・大会）に派遣している。このボランティア育成のための研修を年 4 回実施している。協会そのものの人材育成ではないが、コンベンション誘致・開催においては重要な人材育成である。

次に、求める人材像である。ホテルメトロポリタン仙台では求める MICE 人材像として、「語学力」、「明るく前向き」、「健康で志があること」、「コミュニケーション能力」を挙げている。観光系の人材においては、おもてなしや仙台の案内ができればよかったが、MICE ではお客様の専門性など幅広いニーズに応えられるような人材育成することが大事である。すべてにおいて「安全・安心」がベースになっており、例えば語学力は訪日観光客の安心につながるという意味でも重要である。海外留学経験がある人を優先的に採用している。また、「その土地（ホテルの所在地）が好きでないと良いおもてなしができない」ことから、知識のみならず、情熱を持ち、その土地の歴史なども誇りをもって紹介できる人材を挙げている。このことはエリア間競争においても重要である。

コンベンション推進室および仙台観光コンベンション協会では求める MICE 人材像として、一般的に社会人に求められている「広い対人関係が持てる」、「データに強い」、「明るい」、「広い視野を持とうとする」に加え、地域に関する知識や語学力などを挙げている。なお、コンベンション推進室が所属する「国際経済・観光部」は華やかなイメージで市役所でも人気が高い部署ではあるが、リアリティショックが大きい職場でもある。そのため、実際の業務をより知ってもらう必要があるという。このことはホテルでも同様で、メトロポリタン仙台では積極的に中学生、高校生、

大学生のインターンシップを受け入れている。

7　まとめ

本報告は聞き取り調査の記録および資料に基づき仙台市の MICE の現状や人材育成について述べてきた。仙台市は産官学協働でコンベンション誘致活動を行う国内初の事例である。平成 27 年には大規模展示施設が誕生し、大規模国際会議「第 3 回国連防災世界会議」も開催される。産官学協働でコンベンション誘致の準備が整った仙台市では、平成 30 年に年間 250 件の国際会議の開催をめざす。

仙台市は東京から新幹線で 90 分という首都圏からも近いが、この近さゆえに日帰り圏内となっており、このことは地域経済にも影響を与えている。しかしながら、空路の利用でも仙台空港から仙台駅からは電車で最短で 17 分、主要コンベンション施設である仙台国際センターおよび大型展示施設へは開業する東西線を利用すれば仙台駅から 4 分である。交通のアクセスが重要なコンベンション開催において、仙台市は非常に魅力的な都市であろう。仙台市はいわゆる観光都市ではなく、ビジネス客が中心である。観光都市ではないからこそ、コンベンション誘致の重要性が高まっていると言える。

第5章　MICE 都市及び人材育成調査

事例 3 ―横浜市―

1　はじめに

横浜市は 2013 年に東京都・京都市・神戸市・福岡市とともに観光庁の「グローバル MICE 戦略都市」に選定されている。2013 年に横浜市で開催された国際会議は 226 件で、東京都（531 件）、福岡市（253 件）に次ぐ国内第 3 位となっている。

「横浜市中期 4 か年計画 2014～2017」では、「都市間競争が激化する中で、人や企業から選ばれる都市となるよう、文化芸術や観光・MICE などの振興、街の魅力や賑わいづくりにつながる観光誘客の促進を図る」ため、国際会議開催件数（UIA 基準）の目標値を 2017 年度末で 75 件/年（2013 年度は 51 件/年）を掲げている。

2013 年の国際会議開催件数・参加者総数・外国人参加者数を全国の会場別にそれぞれ見ると、国内のどの施設よりも横浜市にあるパシフィコ横浜が最も多く（上記順に 128 件・210,200 人・14,077 人）、横浜市における国際会議の開催については、パシフィコ横浜での開催割合が高いことが言える。

横浜市の MICE を支えているのが「横浜市文化観光局観光コンベンション振興部」、「公益財団法人横浜観光コンベンションビューロー」、「パシフィコ横浜（株式会社横浜国際平和会議場）」であり、「三者会」を組織している。

本稿では横浜市の MICE を推進している組織とその事業を整理し、聞き取り調査・資料調査により、必要とされる MICE 人材及びその育成についてまとめた。

2　横浜市の MICE 関連施設

（1）パシフィコ横浜

パシフィコ横浜（正式名称:横浜国際平和会議場）は、1987 年（昭和 62 年）に運営母体となる株式会社横浜国際平和会議場の設立後、「民間事業者の能力の活用による特定施設の整備の促進に関する臨時措置法（民活法）」の全国第一号の施設として、みなとみらい地区に建設された。1991 年に会議センターとヨコハマグランドインターコンチネンタルホテルが完成。続けて同年に展示ホールも完成。さらに 1994 年には国立大ホール（国から管理受託）が落成した。

写真5-3-1　パシフィコ横浜（国立大ホールとヨコハマグランドインターコンチネンタルホテル）

パシフィコ横浜は、主に以下の 4 つの施設とヨコハマグランドインターコンチネンタルホテルから構成されている。なお、屋外にある臨港パーク・国際交流ゾーン・ぷかりさん橋についても、横浜市の指定管理者制度により、株式会社横浜国際平和会

議場が管理運営を行っている。

①国立大ホール

貝をイメージした外観を持ち、約5,000席の世界最大級の国際会議場で、パシフィコ横浜のメイン施設。国際会議以外にも、コンサートなど様々なイベントに利用されている。

2013年度（平成25年度）の開催件数は143件で、実質日数稼働率*77%、参加者数813千人であった。種類別開催割合は、会議・セミナー・ シンポジウム15%、大会・集会・式典29%、企業コンベンション10%、興行・イベント46%となっている。

*実質日数稼働率=稼働日数÷利用可能日数（年間365〜6日-施設点検等の閉館日数24日）

②会議センター

大中小会議室合わせて約50室。1,000名規模の会議が三つ並行して開催できる。国際会議以外に、学術会議、シンポジウムなどのほか、パーティー、展示会なども開催できる。

2013年度の開催件数は443件で、実質日数稼働率*66%、参加者数526千人であった。種類別開催割合は、会議・セミナー・ シンポジウム75%、大会・集会・式典10%、パーティー2%、その他 （展示・見本市 企業インセンティブイベント等）13%となっている。

*実質日数稼働率=主な会議室（メインホール・301〜304・501・502・503）の平均稼働日数÷利用可能日数（年間365〜6日-施設点検等の24日）

③展示ホール

展示面積20,000m^2、天井高13〜19m無柱の大ホール。

2013年度の開催件数は173件で、実質面積稼働率*74%、参加者数2,644千人であった。種類別開催割合は、展示会・見本市31%、物販8%、興行・イベント33%、その他 （会議・セミナー・ シンポジウム・ 大会・集会・企業 インセンティブ等）28%となっている。

*実質面積稼働率=稼働面積÷（利用可能日数（年間365〜6日-施設点検等の24日）×面積）

④アネックスホール

展示ホールの奥に併設された多目的スペースで、2001年展示ホール拡張増床時に建設され、展示会併催のセミナーや1,000人規模のパーティーなどで利用されている。

2013年度の開催件数は271件で、実質日数稼働率*61%、参加者数250千人であった。種類別開催割合は、会議・セミナー・ シンポジウム63%、大会・集会・式典3%、パーティー2%、その他 （展示・見本市 企業インセンティブイベント等）32%となっている。

*実質日数稼働率=各部屋（F201〜F206）の平均稼働日数÷利用可能日数（年間365〜6日-施設点検等の24日

（2） 横浜アリーナ

横浜アリーナは1989年に市政100周年・開港130周年の記念事業（横浜博覧会なども開催）の一環として、総合的な機能を備えた開発整備が進められている新横浜駅前地区の中核施設として建設された。

株式会社横浜アリーナが運営事業主で、キリンホールディングス株式会社、横浜市、西武鉄道株式会社が出資者となっている。施設概要としては、建築面積20,000m^2、延床面積45,000m^2、階数 地上5階、建物高30m、アリーナ面積8,000m^2 （楕円形114m × 78m）、最大収容人員17,000人となっている。

2013年の稼働実績は、94件・308日（ショー・コンサートで66件・234日、集会・式典で19件・49日、展示・

物販で８件・24 日、スポーツで１件・１日）であった。

(3) その他施設

横浜国際総合競技場（「日産スタジアム」）や横浜スタジアムなどの大型多目的スタジアムをはじめ、横浜市開港記念会館やヨコハマ創造都市センター、横浜赤レンガ倉庫１号館など横浜らしさを象徴する歴史的建造物内のホールや会議施設、それ以外にも横浜みなとみらいホール（クイーンズスクエア横浜内）、大さん橋ホール（横浜港大さん橋国際客船ターミナル内）、横浜シンポジア（産業貿易センタービル９階）など、大型施設から中・小規模のホールや会議施設が多く市内に点在している。

3 MICE 関連組織と役割分担

横浜市では、「横浜市文化観光局コンベンション振興課」、「公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー」、「パシフィコ横浜（株式会社横浜国際平和会議場）」の３つの組織・施設が、主に横浜市の MICE 推進を担っている。そのため、この３つの組織・施設について、それぞれ組織・施設概要と役割についてまとめる。

(1) 横浜市文化観光局コンベンション振興課

横浜市行政での MICE 関連部署として、横浜市文化観光局観光コンベンション振興部の「コンベンション振興課」が置かれている。課の職員 13 名（課長３名、係長５名、担当職員５名）のうち MICE 業務に携わる職員は 11 名で、コンベンション誘致などのソフト支援に６名を配置し、主に政府系と民間系の２つの柱で職員が担当している。残り５名はハード支援を主に担当する。

(2) 公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー

公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー（以下、「YCVB」）は、横浜市及び神奈川県を中心とする産業・技術等の情報資源や歴史的・文化的資源を活用し、国内外からの観光客の誘致・コンベンションの誘致および開催支援等を行うことにより、横浜市及びその周辺地域における観光・コンベンションの振興を図ることを目的に設立された。

YCVB での MICE 担当部署は、事業部「コンベンション振興課」となる。課の職員は４名（課長２名、担当職員２名）で、主に国際コンベンション誘致活動を行っている。なお、YCVB では、平成 26 年度の重点取り組みの１つに「国際コンベンションを核とした MICE の誘致」を掲げ、以下の取り組みを行っている。

①MICE 誘致; 中大型国際会議を中心とした誘致の推進
②MICE 開催支援; 主催者・参加者満足度を高める開催支援プランの充実
③MICE 都市・横浜のプロモーション; 広報・ブランディングの強化
④MICE を通した人材開発

(3) パシフィコ横浜

パシフィコ横浜は、前述の通り、運営母体となる株式会社横浜国際平和会議場による民設民営の施設であり、指定管理者制度での施設運営と異なり、組織（株式会社横浜国際平和会議場）内で、中長期に渡り、ノウハウの継承が行えることが特徴である。

MICE 誘致については、営業部が担当している。新規セールスは、営業部の誘致企画課が担当し、リピーターセール

スは催事コーディネートを行う営業部の営業課が担当する。新規セールスでは主に海外セールス担当者が 3 名、国内セールス担当者が 3 名となっている。海外セールス担当者のうち 1 名は ICCA アジア太平洋チャプターエグゼクティブコミッションオフィサーを務め、さらにもう 1 名は CMP（Certified Meeting Professional）を取得している。なお、施設運営に関しては、施設運営部（運営課と施設課）が担当する。

特に、パシフィコ横浜では比較的大型のコンベンションとなる医学・医療系の国際会議を戦略的に誘致している。これは、施設の売上貢献はもとより、地域内（横浜市内）における経済効果（国際会議など参加者 1 人当たりの地域内消費額）を強く意識しての戦略とも言える。

4　MICE 人材のコンピテンシーと人材育成

パシフィコ横浜では、「情報をつなぎ合わせる能力」を重要視しており、このコンピテンシーをもって、個々人のコミュニケーション能力やコンサルティングができる営業能力の育成を組織的に行っている。新規就業者をまず営業職に就かせることが多く、早い段階で業務の全体像を把握させることを狙いとしている。その後、イベントコーディネートやセールス、総務、人事などの業務に就かせ、キャリア形成を図っている。

5　人材育成

横浜市文化観光局コンベンション振興課では、「MICE 次世代育成事業」を行っている。これは、MICE 開催による効果の市内還元として、MICE を活用した次世代育成事業を実施し、国際的に活躍する研究者との交流や、学校では体験できない特別な実習などを通し、次世代を担う若者が最先端の技術や情報に接する機会を創出することが狙いとなっている。

YCVB では、前述の重点取り組みの 1 つとして、以下のような「MICE を通した人材開発」を行っている。

①市内関連事業者等の MICE 受入理解促進の取組

市内事業者向けに MICE 開催が地域にもたらす社会的効果への理解を深めるため、MICE の有識者によるセミナー等を年 1 回程度開催。

②横浜観光・MICE オープンカレッジ 2014 の企画運営

地域の観光・MICE を活性化するための人材の育成・開発を目指し、市内大学の学生及び賛助会員をはじめとする民間事業者を対象とした講座を企画・運営。

6　まとめ

横浜市では、都市政策、産業クラスターとしての MICE を重要視している。横浜市は日本の代表的な国際港都として古くから都市整備が行われている。また、みなとみらい地区、横浜駅周辺や新横浜駅周辺には MICE に対応した数多くのホテルがあり、市内には MICE に積極的なグローバル企業の本社・研究所や多様な事業者もあることから、横浜市は都市政策や産業クラスターを重視した MICE のポテンシャルは高いと言える。

現在、横浜市ではパシフィコ横浜の隣り（みなとみらい 21 中央地区 20 街区:約 2.2ha）に、PFI によりホテルを含む MICE 施設の整備を行っている。その中で、産官学民が連携・協働する MICE 人材育成も始まったばかりと言える。今回調査した 3 つの組織・施設以外の事業者などとの連携の中で MICE 人材をいかに育ていくことが課題とも言える。

第5章　都市戦略としてのコンベンション推進

事例４ —神戸市—

MICE の歴史はサミットから始まった

1　はじめに

1981 年、日本で初めて会議場、展示場、ホテルが１か所に揃うオールインワン型コンベンションセンターをポートアイランドに建設した神戸市は、MICE のなかでも、特にコンベンションの推進を最重要の都市戦略と位置付けて取り組んできた。2011 年「神戸観光プラン」においても観光交流都市を実現するための重点施策としてコンベンションを筆頭に掲げて推進しており、2013 年６月には、東京都・横浜市・京都市・福岡市とともに観光庁の「グローバル MICE 戦略都市」に選定されている。

JNTO の国際会議統計によれば、2013 年に神戸市で開催された国際会議は 93 件で国内第８位、これら国際会議への外国人参加者数は 7,429 人で、東京 23 区（19,952 人）、横浜市（16,702 人）、京都市（15,868 人）、大阪市（10,895 人）に次ぐ国内第５位であった。ICCA の統計による日本の中での順位も上がってきている。

このような MICE 都市である神戸市は、ポートアイランドエリア、新神戸エリア、ウォーターフロントエリア、六甲アイランドエリアの４エリアを中心に充実した会議・宿泊施設群を備え、小・中規模から大規模までの多様なコンベンションのニーズに応えている。

神戸市の観光コンベンションビューローの役割を果たしているのが、一般財団法人神戸国際観光コンベンション協会コンベンション事業部であり、神戸市産業振興局観光コンベンション部観光コンベンション課と一体となって、神戸市の MICE を支えている。

本稿では神戸市の MICE を推進している組織とその事業を整理し、聞き取り調査により、必要とされる MICE 人材及びその確保・育成についてまとめた。

2　神戸市の MICE 関連施設

大規模コンベンションに対応できる①ポートアイランドエリア、中・小規模コンベンションに対応できる②新神戸エリア、③ウォーターフロントエリア、④六甲アイランドエリアの４エリアで、多様なニーズに対応している。

①ポートアイランドエリア

1981 年に日本で最初に整備された中核施設、「神戸コンベンションセンター」を構成する神戸国際会議場、神戸国際展示場、神戸ポートピアホテルは徒歩５分圏内にあって最寄駅と回廊で一体的に結ばれ、周辺のポートピアホールや神戸商工会議所会館、ワールド記念ホール等のホール群とともに、コンベンションゾーンを形成している。２万人規

模のコンベンションまで対応できる神戸の中核施設として、これまでに 4600 件を超える国際会議を受け入れてきた。

神戸国際会議場は 6 か国語同時通訳ブースを備えるメインホール（692 名収容）や国際会議室（360 名収容）など全 21 室の会議場を備える。神戸国際展示場は 1 号館（展示室 3000m^2）、2 号館（コンベンションホール 3800m^2）、3 号館（展示スペース 3800m^2）の 3 館（ホール面積は合計 13600m^2）からなる大型展示場で、2 号館 2 階、3 階には 90 名～450 名を収容できる会議室も備え、各種展示会、イベント、学会等に対応している。神戸ポートピアホテルは、客室数 745 室、収容定員 1411 名の神戸最大の都市ホテルであり、大小 36 の宴会場、1702 名収容のポートピアホールを備えている。神戸国際会議場、神戸国際展示場、神戸ポートピアホテルは 1Gbps の専用光回線でつながり、一体利用が可能である。なお、神戸国際会議場と神戸国際展示場の 2 施設は、神戸国際観光コンベンション協会を代表者とする神戸コンベンションコンソーシアムが指定管理者として運営管理を行っている。

表 5-4-1　主要コンベンション施設

エリア／施設名	会場名	室数	床面積（㎡）	収容人数（会議）		収容人数（レセプション）		会場の可能 分割数	同時通訳設備設置	インターネット設備の有無	備考
				シアター	スクール	着席	立食				
神戸国際会議場	メインホール	1	575	692					○	○	固定席
	国際会議室	1	387	360	240				○	○	
神戸国際展示場	1 号館 1 階	1	3,000						特設	○	柱有
	1 号館 2 階	1	3,000	3,000	1,500	1,200	3,000	2	特設	○	
	2 号館 コンベンションホール	1	3,800	4,000	2,000	2,000	4,000	2	特設	○	
	3 号館	1	3,800	4,000	2,000	2,000	4,000		特設	○	
ワールド記念ホール		1	3,100	8,000					○	○	
神戸商工会議所	神商ホール	1	451	468	364	160	280	2	特設	○	
神戸ポートピアホテル	ポートピアホール	1	1,258	1,702	610				○	○	固定席
神戸市産業振興センター	ホール	1	371	397					○	○	

出典：JNTO 日本コンベンション都市ガイド　掲載施設のみ

②新神戸駅エリア

中・小規模のコンベンションに向くエリア新神戸駅から徒歩圏内に 1100 名収容のホールを持つ神戸芸術センター、高級外資系ホテルの ANA クラウンプラザホテル（客室数 597 室、収容人数 1063 名）、異人館等を利用した高級パーティー会場などが集まる、おしゃれなエリアである。新幹線から降りてすぐの立地なので日本中から参加者が集まる全国大会、企業のミーティングに好適である。

③ウォーターフロントエリア

会議室・ホールが充実しており、分科会のある中規模会議向きのエリアである。706 人収容の神戸新聞松方ホール、397 名収容のホールと展示場・大小 11 の会議場を備える神戸市産業振興センター、ホテルオークラ神戸、神戸メリケンパークオリエンタルホテル、ホテルクラウンパレス神戸、ホテル・ラ・スイート神戸ハーバーランドなど複数の

高級かつユニークなホテルが集まっており、クルーズ船でのパーティーも可能である。

さらに、エリア内に天然温泉、サウナ、映画館、和式宴会場などの施設もあり、南京町や旧居留地といった観光地にも近くショッピングも楽しめる。会議のみならず、コンベンション、企業ミーティング、インセンティブツアー等、多様なニーズに対応できる。

④六甲アイランドエリア

1 フロア 1600 坪、全会場合わせて最大 5000 人以上の収容力をもつ神戸ファッションマート、高級ホテルの神戸ベイシェラトンホテル&タワーズ、エコノミーホテルのホテルプラザ神戸の 3 施設が集積し、中・小規模のコンベンション、企業のミーティングや展示会に好適なエリアである。ホール・展示場・会議室は約 30 会場あり、6,000 名まで対応可能である。各施設および最寄り駅の間は雨に濡れずに移動できる。エリア内には天然温泉があり、灘の酒蔵にも近い。

3　MICE 関連組織と役割分担

神戸市では、神戸市長をキャプテンとする「観光コンベンションビューロー」を設置し、神戸市観光コンベンション部観光コンベンション課および一般財団法人神戸国際観光コンベンション協会が連携しながらコンベンション政策の基本方針や事業の立案等を実施している。

①観光コンベンションビューロー/観光コンベンション部観光コンベンション課

神戸市全体でのコンベンション誘致に関する政策・戦略立案は、市観光コンベンション部をはじめ庁内関係部局が参画する「観光コンベンションビューロー」が担っている。

神戸市は、コンベンション誘致を地元の産業振興につなげ、さらに一層コンベンションが増えるという相乗効果が生まれるよう、医療、防災、計算科学技術、ものづくりの 4 つを誘致の重点分野に定めてきた。医療分野は神戸市が 1998 年からポートアイランドに先端医療技術の研究開発拠点を整備し産官学の連携で進めている医療産業都市づくり、防災は阪神淡路大震災の経験、計算科学技術は民生用として世界最速を誇るスーパーコンピューター京の存在、ものづくりは各種鉄道車両やタービン発電機、原子力発電プラントなどエネルギーインフラ関係の研究開発拠点・製造現場の立地が背景にある。

これらのコンベンション誘致の効果として、重点分野に定めた地元リーディング産業の振興により市に経済的利益や雇用を生み出すこと、長期滞在型の観光の振興により観光関連産業への直接的経済効果をもたらすこと、これら重点分野の国際的な知の集積・交流の拠点として神戸の知名度を向上させること、これらによる神戸市全体の成長や活性化が想定されている。

一方で、観光コンベンションビューロの組織が観光分野と一体となっており、コンベンション事業独自の戦略立案が手薄となりやすい、産業政策部門等との連携が十分ではない、などの課題も指摘されている。

②一般財団法人神戸国際観光コンベンション協会（以下、KCVA）

KCVA は、昭和 62 年に設立された財団法人神戸国際観光協会が、平成 11 年（1999 年）に財団法人神戸国際観光コンベンション協会に名称変更され、平成 25 年（2013 年）に一般財団法人化されたものである。陣容は会長 1 名、常務理事 1 名に、職員 54 名（神戸市派遣 6 名、民間派遣 9 名、協会固有 30 名、嘱託 9 名）であり、観光事業の推進

とコンベンションの誘致・支援、それらによる神戸経済の発展と市民文化の向上、国際交流・国際親善への寄与を目的としている。

組織には経営推進部、観光部、コンベンション事業部、コンベンション施設部の 4 部門が置かれ、経営推進部と観光部は総務部門や各種観光事業の推進、市内の観光関連施設の運営を担当している。コンベンション・MICE に関係するのは、コンベンション事業部、コンベンション施設部の 2 部門である。

(1) コンベンション事業部

KCVA コンベンション事業部は、市全体で定められた戦略立案にもとづき、全市的なコンベンションの誘致・企画活動の中核を担っており、主に（a）国際・国内会議・展示会の誘致プロモーション、（b）主催者・事務局へのサポートサービスの提供、（c）MICE（インセンティブツアー）誘致の推進、など、約 5 年以上先の案件獲得を目指す長期的な活動が中心となっている。神戸の事業部のほかに、KCVA 東京事務所に MICE 経験豊富な職員 1 名が配置され、東京での誘致・企画活動の拠点となっている。また、中核施設である神戸コンベンションセンター全体のコンベンション誘致は、株式会社神戸ポートピアホテル営業本部コンベンション部と連携しながら実施している。

（a）の誘致プロモーションは、医学系・工学系等の学会、各種団体、大学、企業の国内外の主催者に対する誘致営業が鍵となる。特に海外案件では、世界を巡回する国際会議の情報を握る国際団体（ICCA、UIA）などの会員となり誘致可能な国際会議情報を収集、国際ミーティングエキスポ（東京国際フォーラムで毎年開催）や世界主要トレードショー（IMEX Frunkfurt、IMEX LasVegas 等）での神戸ブース出展や、JNTO と共同での海外キーパーソン招聘事業による神戸視察を通じて、国際会議案件保有者との商談を行っている。こうして誘致営業を進めた結果、神戸でのコンベンションの開催を検討する主催者に対して、KCVA コンベンション事業部は（b）のサポートサービスとして、ワンストップサービスを提供し開催プラン作りから運営まで一元的に支援している。具体的には、開催に最適な会議施設、宿泊施設を提案し、見積もりの徴取、神戸開催企画提案書の作成支援、決定権者の会場視察などのアレンジ、市の関連部署への協力依頼、市長の公式招聘状の手配などの業務を一手に引き受けている。

(2) コンベンション施設部

KCVA コンベンション施設部は、日本コンベンションサービス株式会社（JCS）とともに、指定管理者として神戸コンベンションセンターの施設管理・運営を行うとともに、神戸コンベンションセンターにおける主催者サポート業務等を実施している。　また、一部の主催者サポート業務については、協会のコンベンション事業部も担っている。

③その他の民間事業者組織

これらの KCVA の取り組みに加えて、市内のホテル等が参画する「神戸コンベンション誘致協議会」や、同じく市内の民間事業者 80 社が参画する「MEET IN KOBE 21」など、事業者による連携組織も組成されており、官民連携でコンベンション誘致を展開している。

「MEET IN KOBE 21」では、海外からの参加国数・参加者数など一定の基準を満たす国際会議に対して、補助金の交付、宿泊施設コンベンションレートの提供、ポートライナー割引、市内観光、食事施設割引クーポンの提供など、22 項目のサービスを提供している。さらに、参加者数・泊数などについて一定の基準を満たす、経済効果の大きい国内大型会議に対して、補助金の交付をしている。民間からの（公財）中内力コンベンション振興財団による助成制度の紹介も行っている。

4　MICE 人材のコンピテンシーと人材育成

上述の通り、コンベンション誘致には、5 年以上先を見通す中長期的な事業サイクルのなかで関係団体や主催者からの情報収集と誘致営業を行い、商談をまとめていく力が求められている。特に神戸らしいコンベンション誘致には、重点領域と定めた医療、防災、計算科学技術、ものづくりに関する動向を把握し、地元の大学、研究機関、企業、国際機関、関係学会・団体と緊密に関係を築いて連携できる人材が必要になる。さらに、政策・戦略レベルを扱う市行政、施設管理・運営支援を行う実行部隊との適切な連携のための調整力も必要である。

こうした能力は短期間に身につくものではなく、KCVA では旅行会社等で MICE 関連の業務を長年経験してきたスタッフを中核的な業務を担う職員として採用するほか、市からの出向者を配して業務に対応させている。グローバル MICE 戦略都市に選定後、観光庁の共同事業の一環として、神戸市・KCVA 職員が、外国人専門家の WEB での遠隔講義による誘致スキル向上セミナーを受講しているが、受講者は限定されている。

神戸市産業振興局が平成 25 年 3 月にまとめた「コンベンションセンター再構築基本構想〜アジアの MICE センターを目指して〜」は、神戸市が今後のコンベンション誘致戦略を踏まえて、神戸コンベンションセンターの今後の整備・運営のあり方を検討した文書であるが、今後の業務体制について誘致・マーケティングはもちろんのこと、事業企画、人材育成、産業政策との連携、業務マネジメント等の強化が必要だと指摘し、コンベンション企画・誘致に関わる人材の要件を以下の通り示している。

・誘致ターゲットとの緊密な関係性をベースとした、誘致・マーケティング体制の構築
・付加価値の高いサービスの提供による他都市との差別化
・中長期的な観点からの運営や施設への投資、専門性の高い人材の育成・確保
・市内の産業育成・支援団体との連携協力関係の保有・構築
・経済波及効果を確実に市内に還元するための競争的な環境の確保
・大規模コンベンション施設の管理・運営のための十分なノウハウ・実績
・政策・戦略レベルを扱う市行政との連携
・実行部隊の円滑なマネジメントの推進

こうした要件を満たしコンベンション誘致を担う専門的な人材を、体系的なカリキュラムを通じて組織的に育成する余地はまだ大きく残っているのが現状であろう。

第5章　MICE 都市及び人材育成調査

事例 5 ―福岡市―

国内２位の MICE 先進都市

1　はじめに

2013 年に福岡市で開催された国際会議は 253 件で、横浜市（226 件）、京都市（176 件）、大阪市（172 件）を上回り、東京都（531 件）に次ぐ国内第２位となっている（5 年連続）。また福岡市は 2013 年に東京都・横浜市・京都市・神戸市とともに観光庁の「グローバル MICE 戦略都市」に選定されている。

このような MICE 都市である福岡市には「福岡国際会議場」、「マリンメッセ福岡」、「福岡国際センター」、「福岡サンパレス」などの施設があり、宿泊施設も 202 軒のホテル・旅館（客室数 24,516 室、定員 37,642 人）がある。また、ヤフードームをはじめ多くのスポーツ施設もある。

そして福岡市の MICE を支えているのが「福岡市 MICE 推進課」、「公益財団法人福岡観光コンベンションビューロー」、「一般財団法人福岡コンベンションセンター」であり、三者一体となった戦略的な MICE の誘致活動を行うことを目的に平成 25 年５月に設立された「福岡市 MICE 誘致促進会議」である。

本稿では福岡市の MICE を推進している組織とその事業を整理し、聞き取り調査により、必要とされる MICE 人材及びその確保・育成についてまとめた。

2　福岡市の MICE 関連施設

①マリンメッセ福岡

大型の多目的施設。コンベンション機能に加え、国際見本市、展示会、スポーツ、コンサート等が可能な施設として平成７年８月に開館した。

「マリンメッセ福岡」の年間営業日数 335 日のうち利用日は 303 日で年間利用率は 90.4%。特に展示会が年 126 日、K－POP などのコンサートで年 125 日の利用がある。

福岡国際会議場では日本外科学会定期学術集会（入場者数 25,700 人）など九州大学関連の医学系の大会・総会が多数開催されている。

②福岡国際センター

大相撲九州場所の会場でもあり、昭和 56 年 10 月に開館した。1 階 3,425m^2 と 2 階 1,627m^2 の多目的な展示施設と 48m^2 の会議室 1 室、207m^2 の研修室を持っている。

年間営業日数 335 日のうち利用日 287 日で年間利用率 85.7%。展示会としての利用が 167 日でトップシェアと

なっているが、特筆すべきは大相撲が年間 36 日の利用があること。このほかコンサートや柔道の選手権大会などのスポーツイベントも行われている。博多どんたく、港まつりの前夜祭、九州大学入学式も行われ、地域に根差した施設となっている。

写真 5–5–1　福岡マリンメッセの可変式展示施設。椅子がせり出す前と後。（2014 年 12 月 19 日佐藤撮影）

③福岡国際会議場

国際会議に必要な機能に加え、多目的かつ高い機能性を持つコンベンションゾーンの中核施設。拡張可能なホール機能など可変性の高い会議室や同時通訳ブースが特徴。

コンベンションの形態は、展示会・見本市等の展示会系、大会・集会・会議等の会議系及び会議と展示会が同時に開催される併催型があり、その受け皿として展示場と専用的な会議場が同一地区に必要とされたため本施設が設置された（平成 15 年３月開館）。

（以上３施設は「福岡コンベンションセンター」が管理・運営）

④福岡サンパレス

昭和 56 年５月に開業した４施設の中で唯一ホテル機能（36 室）を持つ施設。メイン空間のホールは客席数 2,322 席の国内有数のホールであり、コンサートやオペラ、バレエ、演劇など多彩なイベントに対応している。また、国際的な学会や会議におけるコンベンションホールとして利用されている。

⑤その他

また、福岡市ではスポーツ関連のイベントも受け入れ可能であり、ヤフードームをはじめ野球場・ソフトボール場 38 会場、陸上競技場５施設など多数のスポーツ施設があり、さらに、大相撲やフィギィアスケートなど特殊なものも含めて開催可能になっている。

なお、2014 年９月には「国家戦略道路占用事業〈ストリート・パーティー〉」に認定され MICE のイベントで道路を使用することが容易になった。（国内第１号）

表 5-5-1　福岡市の主要 MICE 関連施設

施設	規模	機能	施設	規模	機能
マリンメッセ	8,000 ㎡	多目的展示場、ホール、アリーナ(200m トラック、バレーコート 1 面)	福岡国際会議場	1,320 ㎡	メインホール 6 か国語同時通訳
			福岡国際会議場	1,300 ㎡	会議場(多目的ホール) 6 か国語同時通訳
マリンメッセ	1,400 ㎡	展示場、ホール(海のホール)	福岡国際会議場	420 ㎡	会議場(国際会議室) 6 か国語同時通訳
			福岡国際会議場	135 ㎡×8 室	会議場(中会議室)
マリンメッセ	1,100 ㎡	展示場	福岡国際会議場	45～75 ㎡×10 室	会議場(小会議室)
マリンメッセ	シアター500 席 スクール 250 席	大会議室	福岡国際センター	3,425 ㎡	展示場
			福岡国際センター	1,627 ㎡	展示場
			福岡国際センター	207 ㎡	研修室　2 室
マリンメッセ	シアター20 ～130 席 スクール 12 ～56 席	計 4 室	福岡国際センター	48 ㎡	会議室
			福岡サンパレス	総面積 2,746 ㎡	ホール 2.322 席
			宿泊施設	202 軒	客室数 24,516 室 定員 37,642 人

3　MICE 関連組織と役割分担

福岡市では「福岡市 MICE 推進課」を要に「公益財団法人福岡観光コンベンションビューロー」と「一般財団法人福岡コンベンションセンター」の三者が連携して MICE を推進している。そして、それぞれの組織の特性を生かしながら、三者一体となった戦略的な MICE の誘致活動を行うことを目的に平成 25 年 5 月に「福岡市 MICE 誘致促進会議」を設置した。

「コンベンションビューロー」も「コンベンションセンター」も福岡市の外郭団体であり、「コンベンションビューロー」は主として誘致、「コンベンションセンター」は施設管理・運営、「MICE 推進課」は行政として施設の整備や企画調整、誘致などを担っている。役割分担は**表 5-5-2** の通り。

①福岡市 MICE 推進課（経済観光文化局観光コンベンション部）

MICE 推進課は行政の一部門であり、福岡市の MICE 推進の要である。強みは人事異動と考える。地方公共団体の職員は 3 年前後で異動する。そのため多岐にわたる行政分野での経験やコネクションを持つ職員が異動してくる。さらに、MICE 推進課から他の部局に異動してからも福岡市としての MICE 誘致に関与することが期待できる。人事異動のために課内で MICE の専門家を育成することは難しいという弱みもあるが、逆に、MICE に必要とされる各分野での専門知識を持った職員を MICE 人材として確保できる強みがある。

また、行政として行政内での様々な MICE 実施に関わる情報を掴むこともできる。

②公益財団法人福岡観光コンベンションビューロー

コンベンションビューローは昭和 22 年に設立された福岡市観光協会と昭和 62 年に設立された財団法人福岡コンベ

表 5-5-2　コンベンション誘致支援活動における役割分担

組織	役割
福岡市 MICE 推進課	○コンベンション施設の整備計画及び維持管理 ○コンベンションの振興に関わる企画調整、誘致 ・「福岡」の PR につながるシンボリックなコンベンションの継続的な誘致（国際宇宙会議・世界政治学会等） ・中央省庁、国際機関など行政に関連する案件の情報収集や誘致
一般財団法人 福岡コンベンションセンター	○コンベンション施設の営業、管理運営 ○経験豊富なプロパー職員を活用した市内の大学・企業・団体への営業活動、リピーターにつなげるための利用者への質の高いサービス提供
公益財団法人 福岡観光コンベンションビューロー	○日本医学会総会など経済波及効果の高い大規模コンベンションをはじめ、市内の大学、ホテル等を活用した中小規模の各種コンベンションまで広範囲に亘る全市的な誘致・支援活動 ○ホテルや関連業者などとの連携や情報交換

ンションビューローが平成６年に合併し、平成 24 年に公益財団法人となったものである。その名の通り、観光及びコンベンションの振興を目的としている。

陣容は常勤の理事２名に職員 31 名（市からの出向職員７名、民間企業からの出向職員 15 名、固有職員９名）。事務局は総務部 14 名と誘致部（Meeting Place Fukuoka）16 人で構成されている。総務部は総務部門とこれまでの観光に関することが主となっており、MICE は誘致部が担当している。さらに東京支局長を置き、MICE・観光セールスを中央省庁、外国公館、団体・協会本部等へのセールス活動および情報収集を行っている。

人材面では宿泊や旅行業、MICE 事業者からの出向者や経験者を採用することで MICE 人材を確保することができる。

●総務部

総務企画課【3 名】（予算・人事等総務関連事務を担当）

広報企画課【3 名】（観光コンベンションの広報宣伝及び報道）

事業推進課【4 名】（観光行事・イベントの支援、受け入れ環境の整備、観光商品の開発）

観光プロモーション担当課長【3 名】（観光プロモーション、修学旅行誘致等）

●誘致部（Meeting Place Fukuoka）

マーケティング部門【10 名】（国内外コンベンションのリサーチ・誘致、国内外ミーティング・インセンティブの誘致）

マネジメント部門【6 名】（商品開発、開催支援、受け入れ環境、ライオンズ国際大会、
ビジネスコーディネイト）

東京支局長【1 名】（MICE・観光セールスを中央省庁、外国公館、団体・協会本部等へのセールス活動および情報収集）

③一般財団法人福岡コンベンションセンター

コンベンションセンターは「福岡国際センター」を所有・管理するとともに「マリンメッセ福岡」および「福岡国際会議場」の指定管理者となっている。基本財産は２億円で内１億７千５百万円は福岡市が出資者となっている。

経営企画部【8 名】（経営企画、総務、広報、MICE 推進に関する市との調整、予算・決算等経理）

営業部【5 名】（営業、三施設の一元予約・管理）

事業運営部【16 名】（三施設の運営・警備）

施設部【5 名】（三施設の維持・管理、防災）

なお、理事長および専務理事以下常勤役職員は 36 名で、18 名がプロパー。

業務としては施設の管理が主であるが、MICE 誘致のためにお客様のニーズを的確に把握し利用者の視点に立った安心・安全な施設づくりやサービスの提供に重点を置いている。たとえば、館内案内サインの見直しや利用しやすさに配慮した環境づくり、プロジェクター・AV 機器等の備品の更新を行い、さらに、催事ノウハウの蓄積を行うとともに、主催者へ催事運営について積極的に提案を行うなど適切なアドバイスを行っている。

課題は MICE の人材育成のネックになる可能性があるのが地方自治法（第 244 条の 2）で、規定されている「指定管理者」制度である。福岡市所有の「マリンメッセ福岡」及び「福岡国際会議場」をコンベンションセンターが「指定管理者」として管理・運営しているのだが、平成 18 年に指定されて以来、21 年、26 年に継続され 30 年度まではコンベンションセンターが管理・運営にあたることが決まっている。つまり、31 年度以降、他の民間業者等が「マリンメッセ福岡」及び「福岡国際会議場」の管理・運営を引き継ぐ可能性も残されており、長期を見据えた人材確保・育成がためらわれる面もある。「指定管理者」制度自体は天下りや経費節減という目的があるのだが、MICE に関しては単に施設の管理・運営ではなく、多岐にわたる業界や企業・大学その他研究機関等との人脈や MICE 開催にかかわるノウハウが必要であり、現場の視点で考えていく必要がある。

4　MICE 人材のコンピテンシーと人材育成

MICE 人材として特に求められるコンピテンシーはマーケティングとマネジメントであるとのことであった（市 MICE 振興課）。つまり、ホテルや旅行業での勤務経験があり、かつ主催者となる団体・企業・大学等研究機関等と地元関係業界とのパイプがあり、特定の分野に詳しい人材ということになる。その上で福岡市での開催の利点を理解し MICE 事業を推進できる人材ということになる。

特に人材育成で難しいのがマーケティング分野である。つまり、主催者となる団体・企業・大学等研究機関等がどのような会議、展示会、スポーツイベント、コンサートを行おうとしているかという情報収集能力と調整力である。しかし、このようなことに対応できる人間を一から育成するには限界がある。

このような情報収集能力は、組織として多分野にわたって行政活動をしている福岡市役所が適任であり、MICE 振興課には情報収集力と調整力が求められる。そして、コンベンションビューローには福岡市で需要の多い医療分野の学会などではその分野に精通した OB を迎えそこからプロパー職員に専門的知識や人脈、仕組みを OJT を交えながら教育していく必要がある。

また、主催者の要望にワンストップで対応するコミュニケーション能力や調整力、段取り力そして責任感が必要である。つまり窓口を一つにして主催者の要望に対処していく必要がある。主催者は担当者ではなく主催者側に立って専門性とプロデュース力を持ちアドバイスをしてくれる協力者を求めているのである。

5　人材育成

コンベンションビューローでは 2014 年 8 月に、福岡市の九州産業大学とともに「タイ会議・展示会事務局」と人材育成を目的とした学術交流に関する覚書を締結した。これは「タイ会議・展示会事務局」のノウハウを活用し、MICE 関連人材を育成し、福岡市への MICE 誘致につなげることを目的としている。「タイ会議・展示会事務局」はタイ国内の 48 大学とオーストラリアや韓国、台湾の大学や関係機関と覚書を交わしている。この覚書により、コンベンションビューローは福岡市での MICE 人材の育成を加速する方針であり、情報共有や学生、講師の相互派遣、MICE 専門のコースを設けている九州産業大学商学部に「タイ会議・展示会事務局」が持つカリキュラムを導入することを視野に入れている。(The Daily NNA タイ版 2014 年 8 月 21 日)

6　まとめ

MICE と観光はいろいろなところから人が集まるという共通点がある。人を受け入れるという面では MICE も観光も同じである。つまり、MICE と観光は共存するということである。

福岡市でも福岡市観光協会が福岡市コンベンションビューローと合併して公益財団法人福岡観光コンベンションビューローとなり、さらに福岡市 MICE 推進課も福岡市経済観光文化局観光コンベンション部の中のひとつの課であり、これからの観光の大きな柱となる課である。さらに、コンベンションセンターも会議や展示会だけでなく、大相撲やアイスアリーナなどのスポーツイベントやコンサートなど非常に観光に近い分野となっている。そして、MICE 参加者が宿泊するホテル・旅館はまさに観光施設である。

また、福岡に MICE で訪れた参加者は、福岡だけでなく佐賀や大分、長崎をはじめ九州新幹線で鹿児島などの観光地に行くかもしれないし、山陽新幹線で大阪や京都まで足を延ばすことになる。

福岡市が「グローバル MICE 戦略都市」として大規模な会議を誘致し、そのシャワー効果で中小規模の会議を九州各地に呼び込む、あるいは参加者のエクスカーションなどが期待できる。それに合わせ九州各地での MICE 人材の確保も課題となってくる。

第5章　MICE 都市及び人材育成調査

事例 6 —沖縄県—

1　はじめに

2012 年度（平成 24 年度）に沖縄県内で開催された MICE 開催件数（有効回答件数）は、「沖縄県 MICE 開催実績統計調査＊」（一般財団法人沖縄コンベンションビューロー、平成 26 年 3 月 31 日発行）によると、合計 731 件である。内訳は、M=102 件（全体の 14.0%）、I=281 件（全体の 38.4%）、C=197 件（全体の 26.9%）、E=151 件（全体の 20.7%）となっており、沖縄県は特にインセンティブの開催が多いと言える。それも、参加人数 1,000 人未満の小・中規模が全体の 91%を占めている（**表 5-6-1**）。これは沖縄だけに限らず、リゾート地に多く見られる傾向だと言える。

沖縄県では 2000 年に開催された「第 26 回主要国首脳会議」（通称:「九州・沖縄サミット」）以降、MICE 誘致が本格化し、近年では、リゾート性を有する MICE 開催地として、特に国内市場においては一定の地位を確立しつつある。

沖縄県は「九州・沖縄サミット」開催の経緯からサミット開催地という印象を多くの人から持たれるため、大型国際会議を常に開催しているイメージを持たれがちである。しかし、統計的にもリゾート特有の結果が出ており、「中規模インセンティブに優れた沖縄」の実像が浮かんでくる。

表 5-6-1　平成 24 年度 沖縄県 MICE 参加人数別構成比（有効回答数 694 件）

参加人数（人）	件数	%
〜49	219	31.6%
80〜99	144	20.7%
100〜299	177	25.5%
300〜999	94	13.5%
1,000〜	60	8.6%
合計	694	100.0%

＊上記の「沖縄県 MICE 開催実績統計調査」における統計データの調査対象は、沖縄県内の会議施設 40、宿泊施設 80、ユニークベニュー 9、視察・見学等テクニカルエクスカーション施設 27、企画運営企業 11、通訳等派遣会社 11、その他 30 の合計 208 団体及び施設。調査対象期間は、平成 24 年 1 月 1 日から 12 月 31 日までに沖縄県で開催された MICE 案件。調査方法は、調査票を郵便、FAX 及びメールにて送付。電話にて調査協力を依頼。

2　沖縄県の主な MICE 関連施設

(1)　万国津梁館（名護市）

「九州・沖縄サミット」のために建設された施設で、県内屈指のリゾートホテル「ザ・ブセナテラス」に隣接する。サミットホール（441m^2）・オーシャンホール（323m^2）、サンセットラウンジ（180m^2）などがある。ミーティングやインセンティブの利用が多い。

万国津梁とは「世界の架け橋」をあらわし、首里城正殿の梵鐘に刻み込まれている銘文から名付けている。万国津梁館の外装やインテリアには、沖縄の気候風土に根ざした建材が多く用いられている。

(2)　沖縄コンベンションセンター（宜野湾市）

沖縄県の代表的な MICE 施設で、「空」、「海」、「洞」をデザインのモチーフにしたユニークな建物を有する。展示場（2,500m^2、最大収容 5,000 人）、劇場（固定席 1,709 席）、会議棟Ａ・Ｂの４つの建物（50～516m^2）から構成。また、コンベンションセンター周辺には、ビーチやマリーナ、海浜公園、屋外劇場、体育館等が併設され、バックアップ機能を備えている。ミーティングやコンベンションの利用が多い。

昭和 62 年の沖縄コンベンションセンター供用開始以来、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューローが県から受託運営を行い、平成 18 年度より当該施設の管理運営に係る指定（指定管理者）を受け、継続して管理運営を行っている。

(3)　沖縄セルラースタジアム（那覇市）

正式名称は那覇市営奥武山野球場で、30,000 人（内野固定席 15,000 人、外野 15,000 人）収容可能な屋外型スタジアム。

(4)　その他沖縄県内の主なユニークベニュー

①美ら海水族館（本部町）

7,500m^2 の水量を誇る「黒潮の海」大水槽で泳ぐジンベイザメやマンタが長期飼育記録世界一を更新中の沖縄を代表する水族館。水槽前でのパーティーの開催実績もある。

②首里城（那覇市）

約 450 年の琉球王国の歴史・文化を象徴する神聖な場所。2000 年世界文化遺産に登録された広大な敷地に、数多くの歴史的建造物が点在している。最近、沖縄マイスナイトのイベントが城前の公園で開催された。

写真5-6-1 美ら海水族館「黒潮の海」大水槽

3　MICE 関連組織と役割分担

（1）沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課

沖縄県庁における MICE 関連の部署は、文化観光スポーツ部観光振興課が担当となる。

（2）一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー

沖縄観光コンベンションビューロー（OCVB）は、沖縄観光の強力かつ効率的な推進体制を再構築するため、観光とコンベンション分野を統合一元化し、平成８年４月に発足した「官民一体型」の県内唯一の推進母体である。

海外事業部 MICE 戦略推進課では、MICE 開催に対する支援のほか、海外における見本市や商談会への参加等による認知度向上、キーパーソンの招へい等による県内事業者の商談機会の創出、事業者の海外セールス活動の促進等により、MICE 誘致を行っている。

平成 24 年度より沖縄コンベンションセンター及び海軍壕公園の管理運営を県からの指定管理者として三度目の指定を受けている。またブセナ海中公園事業所の施設運営も行っている。ブセナ海中公園事業所は、沖縄本島北部の景勝地である部瀬名岬のブセナリゾートエリアに位置し、紺碧のブセナの海中を満喫できる全天候型パノラマ海中展望塔や色鮮やかな熱帯魚の楽園を船上から俯瞰体験のできるグラス底ボートを管理運営している。万国津梁館、ザ・ブセナホテルに隣接している立地条件を活かし、当該施設等で開催される国際会議などのアフターコンベンションの一翼を担っている。

4　MICE 人材育成

（1）沖縄県

沖縄県が委託した「沖縄 MICE 応援隊 MICE メニュー開発・受入体制充実等支援事業」の平成 24 年度採択事業では、「国際的対応力のある MICE 人材育成事業」として、MICE 事業に従事する社会人を対象とした世界のビジネスシーンで通用できる人材を育成する MICE 講座を実施している。（事業者:株式会社沖縄コングレ）

（2）一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー

国内事業部内に置かれている観光人材育成センター（プロジェクトチーム）では、MICE の人材育成に関する事項を事務分掌している。

（3）その他組織

民間事業者らが自発的取り組みとして、MICE の啓蒙と会員相互の研鑽を目的に「明日の MICE を考える沖縄の会」が 2007 年に発足され、人材育成のためのセミナー・ワークショップを開催し、MICE 誘致のためのプロモーション活動の提案などを行なっている。

5　考察

沖縄県の「大型 MICE 施設整備と街づくりへ向けた基本構想 報告書（平成 25 年度)」によると、以下のように沖縄県内の MICE 施設やエリアの課題が指摘されている。

「沖縄コンベンションセンターは、規模不足による案件の域外流出を招くなど、近年の MICE 開催ニーズの変化に対応しきれていない。また、周囲のホテルや商業施設の集積も限定的で、MICE 誘致の競合都市、エリアと比較した際に魅力的な MICE エリアが掲載されているとは言い難い。」

これを受けて沖縄県では、那覇空港第 2 滑走路の供用までの交通インフラ整備を視野に、2021 年度までには、MICE 開催件数 1,000 件、参加者数 200,000 人（沖縄 21 世紀ビジョン実施計画）を目標としている。その目標達成に向け大型 MICE 施設共用に向けて、MICE 施設の整備基本構想が公表されている。

沖縄県が海外競合地域と本気で戦うには、空港から 30 分程度でアクセスできる地域でのある程度の規模を持ったオールインワン施設の開発が急務で、それを実現できる可能性を持つのも沖縄県である。

第6章
日本における MICE 教育の現状

本章においては、MICE 教育について、その定義や教育の現状をまとめ、今後の方向性について考察する。

1　MICE への注目と人材育成の必要性

はじめに、本事業で扱う MICE について、その定義と観光学分野における位置づけを整理する。そもそも MICE という用語の定義は曖昧である。MICE とは、「M（Meeting）」「I（Incentive Travel）」「C（Convention）」「E（Exhibition）/（Event）」という 4 分野から構成される造語であることは、観光庁の施策や各種報告書や関連文献などから周知のことである。1995 年頃にオーストラリアで提唱された概念といわれ、現在ではアジアを中心に多く使用される用語である。M・I・C・E のそれぞれの分野について、具体的な取り組みや説明がされるが、4 分野全体を MICE と捉え、その関係を含めて注目する理由をまず考える必要があるだろう。

なぜ、このような曖昧な概念である MICE に注目が集まるかと言えば、それは観光立国を目指す上で、MICE が持つ伸びしろが大きく、その成長でもたらされる観光の効果が期待出来るからである。近年の観光立国政策の最大の目的は、経済成長であり、国のグローバル戦略上、観光ビジネスが国際競争上有効であるという認識が根底にある。また、先進国でありながら、観光分野の施策では、諸外国に遅れをとっていることから、その取り組みを強化することで、成長が期待できるからである。MICE もそのひとつなのである。

そこで、政府は、2003 年から大幅な赤字であった国際収支改善のために、訪日観光旅行者を増加させることを目的とするビジットジャパンキャンペーン（以下、VJC）をスタートさせた。VJC の数値目標の 1 つに、日本で開催する国際会議の増加が掲げられたのである。この頃から、MICE に関連する明確な数値目標が示され、注目が一気に高まったといえる。諸外国の MICE の施策や人材育成に比べ、日本の意識が低かったことも、取り組みの気運を高めたといえる。

その後も、政府は、インバウンド観光の増大に期待し、さまざまな観光立国の政策を進めている。2010 年を「Japan MICE Year」と定め、2013 年「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」においては、国際会議等（MICE）の誘致や投資の促進のための施策を講じるべきであると指摘している。また、2020 年に開催されるオリンピック・パラリンピック東京大会の誘致活動やその決定も MICE の取り組みを強化する大きなきっかけになったといえるだろう。

このように、現在では、MICE 分野は、国の観光政策上の重要なテーマとなっている。一方で、観光が持つ多様性は、さまざまな分野から観光へのアプローチを可能としている。各省庁の取り組みとしても、観光庁が属する国土交通省だけでなく、経済産業省・環境省・農林水産省・文部科学省など、多様な分野から観光への取り組みが行われている。

経済産業省は、平成 22 年から展示会産業の活性化方策について、その国際化に焦点をあて、平成 25 年度「展示会産業の国際化・活性化推進のための人材育成基盤整備・関連事業調査」をまとめ、その学習のための入門書「展示会産業論概論」を作成し、首都大学東京の観光経営副専攻コース「MICE 講座」内で実証授業を行っている。この「展

示会産業概論」の内容は、MICE 分野における E（Exhibition）である。

また、前述したように、近年 MICE 分野への注目が高まっているが、MICE の要素である C（Convention）への注目は、最近始まったことではない。例えば、ホテル業界では、以前から大小含めた会議や宴会は主力商品であり、ホテルを舞台にイベントや展示会は数多く開催されている。現在、自らのホテルエリアを「PRINCE TOKYO MICE CITY」と名付け、積極的に取り組んでいる「高輪・品川地区のプリンスホテル」は、すでに 1982 年に大型の宴会場「飛天」をオープンさせ、1990 年には独立の宴会場棟として知られる「国際館パミール」を開業している。また、E（Event）に注目すれば、1964 年東京オリンピックや 1970 年の大阪万国博覧会などを経験した日本にとって、大型イベント開催の効果は、十分理解出来るものであり、地域の活性化において、イベントは重要なファクターである。つまり、MICE 分野のそれぞれの取り組みは、近年始まったものでなく、すでに一定の歴史を積み重ね、現在に至っている。後述するが、「MICE 科目」を開講する大学は現在はほとんどないが、「イベント」「コンベンション」に関する授業科目は、すでに一定数の大学において、継続して開講されているのである。

その意味では、MICE 領域について、すでにある教育目的にそって人材育成が始まっているといえるだろう。

2　大学における MICE 教育

前節で述べたように、すでにいくつかの大学において、「イベント」「コンベンション」に関する授業は多数実施されている。観光系に限らなければ、かなりの数となるだろう。

前述の「展示会産業の国際化・活性化推進のための人材育成基盤整備・関連事業調査」においては、立教大学観光学部「コンベンション産業論」、城西国際大学観光ウェルネス学部「イベント・コンベンション事業論」などが開講され、首都大学東京の観光経営副専攻コース「MICE 講座」や横浜観光コンベンション・ビューローが横浜市立大学等と連携してすすめる「横浜 MICE オープンカレッジ」などが紹介されている。

そもそも、MICE は 4 分野を意味する造語であるが、その 1 分野であるコンベンションやイベントに焦点を当てた講義が存在することも当然である。また、MICE 施策を積極的にすすめるのは観光庁であり、観光ビジネス分野から注目されることが多いために、観光教育と考えがちであるが、実際には、経済学・経営学・商学など学問分野とも関係が深く、国際学部や外国語学部なども含めた多様な学部学科で学習すべきであると考える。

しかし、多様な観点を前提にすると、MICE 教育の実態調査は難しいので、ひとまず「観光教育」分野に限定して、整理を試みる。

日本における観光教育は、戦後間もない 1947 年に立教大学にホテル講座が開設されたことに始まり、1967 年に立教大学社会学部観光学科が設置され、本格的にスタートした。1974 年に横浜商科大学商学部貿易・観光学科が開設され、2 大学となったが、しばらくは増えることはなかった。そして、1980 年代にリゾート法の制定やバブル経済を背景に、地域の観光に注目が集まると、観光系学部学科は少しずつ増加した。しかし、バブル経済の崩壊により、その後伸び悩み、2000 年頃まではごく少数の大学に存在する変わった教育の 1 つに過ぎなかった。ところが、21 世紀に入り、観光のインパクトに注目した小泉内閣が観光立国宣言を行うと、急激に増加し、現在では約 50 大学に観光系学部・学科が存在する。ホテルや旅行ビジネス教育としては、大学より歴史のある専門学校や、地域に根ざした教育を行う高等学校でも観光教育は行われるようになってきており、観光教育、観光人材への注目は高まっている。

そこで、観光系学部・学科を有する大学のカリキュラムを調査する。観光系学部・学科の厳密な定義は難しいが、ここでは、学部・学科名称に「観光」「ツーリズム」「ホスピタリティ」等、観光と直接的に関係の深い名称を持つ大学を対象とした。その結果、2015 年 1 月現在に全国 46 の大学に観光系学部・学科があることが判明した。もちろん、他

にも「交流」「サービス」「地域」等の名称を持つ大学や学科内に「観光系コース」を持つ大学を含めれば、100 校を越えるが、ここでは対象外とした。

はじめに、前述した観光系大学 46 のカリキュラムとシラバスを収集し、その中で MICE に関すると思われる科目を実施する 18 大学の開講状況を**表** 6-1 の通り抽出した。

表 6-1　観光関連学部・学科の MICE 科目の開講状況

1.MICE分野	備考
コンベンション論/ＭＩＣＥビジネス	2科目開講
MICE論/国際的MICEの誘致と運営	2科目開講
イベント・MICE 経営論（イベント・コンベンション事業論より変更）	1科目開講
２．コンベンション・イベント分野	
コンベンション論/イベント企画論	2科目開講
コンベンションビジネス論/イベントビジネス論	2科目開講
国際コンベンションビジネス/イベント事業論	2科目開講
イベント・コンベンション産業論	1科目開講
コンベンション・イベントビジネス論	1科目開講
イベント・コンベンション論	1科目開講
イベント・コンベンションビジネス論	1科目開講
３．コンベンション分野のみ	
コンベンション事業論（２大学で実施）	1科目開講
コンベンション産業論	1科目開講
コンベンションビジネス論	1科目開講
コンベンションビジネス	1科目開講
４．イベント分野のみ	
イベント実務論	1科目開講
イベントプロデュース論	1科目開講
イベント計画論	1科目開講

MICE 科目の抽出条件として、「Meeting/Incentive/Convention/Exhibition,Event」のいずれかの名称を含む科目とした。Event（イベント）については、今回、本事業で作成した教材「マイス・ビジネス概論」では取り上げておらず、MICE の定義でもその扱いが議論されるケースもある。しかし、2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会に向け、Event も重要な観光の柱であると考えられるために、ここでは MICE 科目に含めて考えることとした。

その結果、名称の違いはあるが、「コンベンション（事業・産業）等」に関する科目は 14 大学で開講され、「イベント（実務・計画・プロデュース）等」に関する科目は 10 大学で開講されている。また、「イベント・コンベンション○○」というように 2 分野を扱う科目もあった。もちろん、これらの名称を有さずとも、「観光入門科目」や「ホテルビジネス、旅行ビジネス、ほか観光ビジネス系科目」の中で、MICE に関する学習内容を取り上げているケースも多い。公益社団法人日本観光振興協会が行う寄付講座「ツーリズム産業論」の中でも、必ず 1 時間分は MICE を取り上げて講義が行われているという。

しかし、これらの中で「MICE」という 4 分野を対象にした科目名で実施している例は、わずか 3 大学であった。観光ビジネス領域で、MICE への注目が集まっているとはいえ、大学のカリキュラム改訂には時間もかかり、1 度開講されると変更は容易ではないために、現在の主流はいまだ「コンベンション」関連科目である。しかし、「コンベンション」関連科目のシラバスを見ると、実際には、M・I・C・E それぞれを扱っている場合も多い。また、多くの大学が、（株）JTB 総合研究所（2012）「イベント&コンベンション概論」を教科書に指定している。この教材が扱っているのは、**表** 6-2 の通り E・C のみである。現実的には、コンベンションに関する教材もほとんどなく、社会や教育のニーズはあっても MICE4 分野を網羅した教材は存在していない。

横浜商科大学は、2015 年度開設の観光マネジメント学科にフロンティアプログラム「国際イベント・MICE 領域」を開設し、「MICE 論」「国際的 MICE の誘致と運営」を含めた MICE 教育に積極的に取り組む。今後、観光系大学が、カリキュラムを変更する時には、MICE 科目が増えていくと思われる。MICE の教材作成が課題だといえる。

また、すでに述べたように、観光系学部・学科でなくとも観光教育を行っている大学は多く、その中にも MICE に注目する大学がある。

例えば、東京国際大学の国際関係学部は、2013 年に（株）JTB 総合研究所と産学連携協定を結び、国際メディア学科内の観光系科目を充実させている。その中で、2014 年度入学生から「MICE 産業論」が開講される。この取り組みにあたり、（株）JTB 総合研究所は、MICE 分野の専門研究員を教員として派遣しており、この取り組みに注目すべきであろう。

表 6-2　（株）JTB 総合研究所「イベント&コンベンション概論」目次

第1章 イベント・コンベンションの発生とその発展
第2章 イベント・コンベンション（EC）とは
第3章 世界と日本のEC動向
第4章 イベント・コンベンション産業
第5章 コンベンション施設と付帯設備
第6章 コンベンション・ビューローの役割と機能
第7章 ECの推進機関
第8章 ECに関わる法律と保険制度
第9章 ECの課題と展望
第10章 演習編―ECの仕組みと実務フロー

3　その他の MICE 教育（専門学校、地域・企業）

観光教育分野に、大学に先行する形で取り組んできた専門学校においても、ホテル・旅行ビジネスとの関連で、MICE に関する学習に触れる機会はある。しかし、実践的かつ就職に直結する知識・技能を修得することを目的にする専門学校では、国内・総合旅行業務取扱管理者などの資格取得やホテル現場等における長期インターンシップを教育の柱とすることが多く、学習する科目、ホテルビジネス・旅行ビジネスなど現場のサービスに関連するものが多い。また、ホテル分野では、MICE との関連性が深いと思われるものの、MICE やコンベンション関連の科目を開設している事例は全く見られなかった。いくつかの専門学校では、旅行ビジネスやブライダルビジネスの観点から「イベント」「イベントプロデュース」科目を開設している例があるが、MICE との関係はほとんど見られない。しかし、旅行ビジネスなどの分野では、MICE を取り上げるケースも増えてきているという。

また、ホテル及び旅館を中心とするホスピタリティ産業の人材育成と国際的な観光産業の発展と振興に寄与することを目的に活動する「一般財団法人日本ホテル教育センター」は、2011 年度より「MICE（マイス）塾」を開講している。MICE（マイス）塾は、ホテルビジネスや旅行ビジネスなどにおいて、宴会等の営業職や MICE に従事する人材を対象に、**表 6-3** の通りのプログラムに従って実施されている。国内においては、もっとも専門的で、体系的なプログラムを持っている。当センターは、多くのホテル人材を輩出する日本ホテルスクールとも関わりが深いが、専門学校内ではまだ MICE の取り組みはないようである。

表 6-3　MICE（マイス）塾カリキュラム

区分	内容
（1）基本理解	1. マイスビジネスの特性と現状
（2）市場理解と参入（マーケティング）	2. マイスマーケティング
	3. マイスプロモーション
	4. マイス投資対効果
	5. インセンティブ（I）マネジメント
（3）案件獲得（セールス）	6. リゾートマイス（オフサイトミーティングはリゾートホテルで）
	7. コンベンション（C）マネジメント
	8. ネットマーケティングとソーシャルメディアの活用戦略
	9. レベニューマネジメント for マイス
（4）獲得から実施（オペレーション）	10. 企業ミーティングプランナーがホテルに望むこと
	11. ミーティング（M)イベントマネジメント
	12. 最新施設見学
	13. エグジビジョン（E）マネジメント
（5）まとめ	14. マイス提案企画書作成の基本
	15. プレゼンテーション・スキル・トレーニング
	16. 卒塾論文発表

出典：日本ホテル教育センターウェブサイトより

また、各自治体も MICE 人材育成のための取り組みを行っている。横浜市は、公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューローの寄付講座という形で、横浜市立大学が「横浜 MICE オープンカレッジ」を開講している。また、東京都も平成 21 年度から「MICE 人材育成講座」を開催している。平成 24 年度からは首都大学東京と連携し、MICE 誘致実務者のみならず、大学生から社会人までの幅広い層を対象に、90 分 8 コマのオープンユニバーシティ講座を実施している。また、札幌市も「札幌 MICE カレッジ（仮称)」の開催を検討するなど、今後も各地域での MICE 人材育成は広がりを見せる兆しがある。

4　海外の取り組み事例

世界の MICE 教育の動向を調査した、市岡他（2013、2014）によれば、日本の先を行く諸外国では、MICE 教育の充実がうかがえる。以下にいくつか紹介する。

①香港理工大学では、7 つのカテゴリーの MICE 科目と実践的学習を行うプロジェクト科目を配し、MICE・イベント人材育成に取り組んでいる。

②アメリカのフロリダセントラル大学のローゼン・ホスピタリティ経営学部では、「イベント経営」学士号が授与される。

③アメリカのジョージワシントン大学では、1996 年に「Event Management Course」を開設し、「イベント経営におけるベスト・プラクティス」「イベントマーケティング」「危機管理:財務、法律、倫理的な規約」の 3 つの必修科目と「ミーティングとコンフェレンス」など 11 科目の選択科目のうち、4 科目の取得と 100 時間の実務経験とポートフォリオ作成により認定されるプログラムがある。

④韓国も近年、国を挙げて MICE への取り組みを強化し、多くの大学にコンベンション系学科を設置している。

これらは、観光庁や経済産業省の調査や報告で頻出する例である。2 で述べた日本の大学の取り組みは、まだ遅れていえると考えられる。

5　MICE 教育の課題と今後の展望

以上から、日本の MICE 教育は、いまだ緒についたばかりであり、MICE を学ぶためのカリキュラムや教材は、諸外国に比べて未整備であり、今後の取り組みが求められることが明らかとなった。

日本の大学においては、コンベンション・イベントの教育が少しずつ広がり、近年の国の政策にある MICE 強化により、今後 MICE 教育を行う学校が少しずつ増えていくものと期待される。

そのためには、本事業を始め、経済産業省や MICE への取り組みを強化する地域で、少しずつ MICE 研究や人材育成のためのプログラムを構築していく必要があるだろう。

今後はこれらの取り組みとネットワークを生かし、編成されたカリキュラムや教材を活用し、MICE 人材育成を進めていくべきであると考えられる。

参考文献

・市岡浩子・森越京子・荻麻里子 (2013)：札幌市の MICE 促進に貢献し得る人材養成に関する調査研究実施報告書

・一般財団法人日本ホテル教育センターウェブサイトホテル塾・マイス塾
http://jec-jp.org/school/

・経済産業省ウェブサイト（政策について：クールジャパン/クリエイティブ産業）
http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/

・公益財団法人日本交通公社（2014）：経済産業省「展示会産業の国際化・活性化推進のための人材育成基盤整備・関連事業調査」報告書

・公益財団法人日本交通公社（2014）経済産業省「展示会産業論概論」

・国土交通省（2013）：我が国の MICE 国際競争力の強化に向けて～アジア No.1 の国際会議開催国として不動の地位を築く～MICE 国際競争力強化委員会最終とりまとめ

・宍戸学 (2013)：観光ホスピタリティと観光教育．観光とまちづくり、日本観光振興協会、NO512、23−25

第7章

MICE テキスト及びモデル授業について

1　はじめに

MICE は高度な専門知識や経験が必要なため、初学者（学生・社会人）向けの学習教材はほとんど存在していない。

そこで、MICE 人材の育成モデルカリキュラムとして、必要な MICE の入門となるテキスト教材 (教材名は『マイス・ビジネス概論』。以下、「MICE テキスト」）を作成し、初学者（学生・社会人）が理解し、現場で中核的専門人材として基本的な業務を行うことができる知識及び技能を解説する入門書となる MICE テキストを作成することとなった。

また、この MICE テキストを利用した授業（以下、「MICE モデル授業」）をトライアルで 5 回実施し、受講者 (学生・生徒）の受講後アンケートによる評価と聴講した教員（講義の講師以外）による客観的な評価によって、MICE テキスト及びモデル授業の評価とした。

2　MICE テキストの概要

MICE テキスト（写真）は、主に教材開発委員で構成される教材開発委員会（全 4 回開催）での協議を経て作成された。MICE テキスト制作に関しては、一般財団法人日本ホテル教育センターに委託し、同センター MICE 塾・塾長で教材開発委員でもあった浅井新介氏が執筆を行い、同センター事業部教育事業室・室長で教材開発委員でもあった藤原弘一氏が企画編集を担当している。

図7-1　マイス・ビジネス概要　テキスト

MICE テキスト作成までの日程は以下の通りである。

- 第 1 回合同委員会（9 月 18 日）→骨子・執筆者承認
- 10 月〜執筆開始
- 第 2 回教材開発委員会（10 月 29 日）→執筆（修正）
- 第 3 回教材開発委員会（12 月 3 日）→校了
- 12 月 24 日 1,000 部納品→順次モデル授業で配布
- 第 4 回教材開発委員会（1 月 28 日）→配布先の検討
- 2 月 27 日　500 部追加納品→関係機関などに配布

MICE テキストは、「ポスト・オリンピックとしてのマイス」、「未来を担保するマイス」というキーワードを核に、大学・専門学校などでの授業導入を念頭に置き、最初は「いま、なぜマイスなのか」から始まり、「MICE とは」までがプロローグとなり、次に M・I・C・E についてそれぞれの概要を説明し、最後は「いま求められるマイス人材」と

「マイスビジネスの将来」で結んでいる。

各章の見出しは、1 章「いま、なぜマイスなのか」、2 章「MICE とは」、3 章「ミーティング」、4 章「インセンティブ」5 章、「コンベンション」、6 章「エキシビジョン」、7 章「いま求められるマイス人材」、8 章「マイスビジネスの将来」の全体で 8 章の構成となる。1 章を 2 コマ(90 分× 2 回)で授業を進めると、16 コマ=1 クールで終了する。

MICE テキストはグレースケール印刷で B5 ワイド版サイズ 168 ページとなっている。

3　MICE モデル授業の概要

MICE テキストを利用した授業をトライアルで行い、学生アンケートや教員による評価をすることを目的に MICE モデル授業を実施した。

MICE モデル授業は大学、専門学校、そして高校の併せて 5 校で実施した。実施校は、大学では長崎国際大学と横浜商科大学、専門学校では東京観光専門学校と神田外語学院、高校では法政女子高等学校である。なお、いずれも 1 コマ 90 分(法政女子高等学校のみ 100 分=50 分× 2)で各校 1 回の講義を実施している。

各校での実施概要(実施日順)は以下の通り。

①長崎国際大学

- 日時:1 月 15 日(木)13:00〜14:30(3 時限目)
- 学科・コース名:国際観光学科
- 実施授業名:教養セミナー
- 受講者数:50 名(1 年 49 名、2 年 1 名)
- 講師:海老澤委員

写真7-2　モデル授業の様子

②東京観光専門学校

- 日時:1 月 19 日(月)11:00〜12:30(2 時限目)
- 学科・コース名:旅行学科・ホテル学科
- 実施授業名:就職対策
- 受講者数:107 名(1 年生 107 名)
- 講師:藤原委員

③横浜商科大学

- 日時:1 月 21 日(水)9:00〜10:30(1 時限目)
- 学科・コース名:商学部貿易・観光学科
- 実施授業名:現代社会とビジネス
- 受講者数:47 名(1 年生 43 名、2 年生 1 名、4 年生以上 3 名)
- 講師:藤原委員

④法政女子高等学校

- 日時:1 月 27 日(火)8:55〜9:45、9:55〜10:45(1、2 時限目)
- 学科・コース名:普通科
- 実施授業名:経営学入門
- 受講者数:25 名(3 年生 25 名)

・講師:藤原委員

⑤神田外語学院

・日時:1 月 29 日（木）17:20～18:50（5 時限目）

・学科・コース名:国際観光科

・実施授業名:課外特別授業

・受講者数:33 名（1 年生 33 名）

・講師:藤原委員

4　MICE テキスト及びモデル授業の評価結果

(1)　学生による評価

モデル授業を受講した学生に受講後アンケートを回答させて回収した。アンケート用紙（**図** 7-3）には、5 つの評価項目を 10 段階で回答する設問と自由記入で感想などを記入するコメント欄を設けた。なお、5 つの評価項目は、①「MICE」の認知度、②授業の理解度、③テキストの読み易さ、④授業後の「MICE」への興味、⑤授業の満足度とした。

図 7-1 は、5 つの評価項目の学校別平均値と 5 校平均値をまとめたものである。

5 校全ての学生平均値は、それぞれ、①が 1.59、②が 5.50、③が 6.39、④が 6.35、⑤が 6.47 となった。なお、5 校全ての受講学生総数は 262 名で、うち 1 名はアンケート用紙の欠損ため、回収数は 261 件となった。
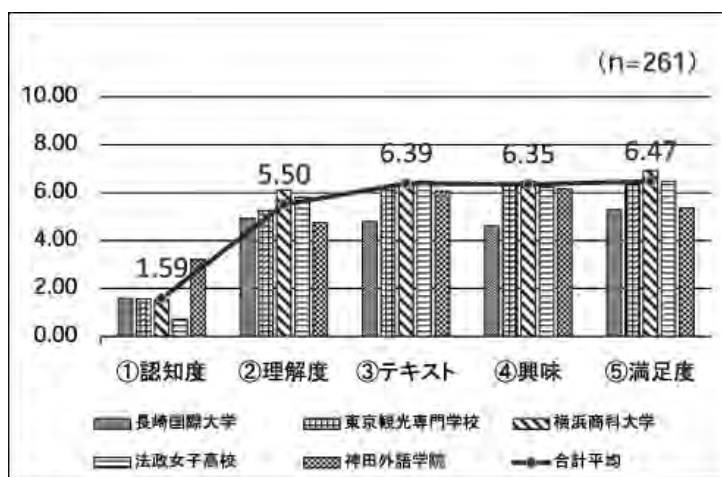
図 7-1　MICE モデル授業実施校別学生アンケート 平均値

(2)　教員による評価

モデル講義を聴講した教員（講義の講師以外）にも評価シート（**図** 7-4）を用いて、客観的にモデル授業の評価を行った。

教員による評価は、5 つの評価項目を 10 段階で回答する設問と所見、その他 3 つの項目で所見・コメントを回答するものであった。5 つの評価項目は、①授業中の学生の関心度、②授業中の学生の理解度、③学生に対する学習難易度、④教材の難易度、⑤教材のわかりやすさで、その他 3 つの項目は、⑥教材の優れている点、⑦教材の課題と思われる点、⑧その他授業及び教材で気づいたことであった。

図 7-2 は、5 つの評価項目の学校別平均値と 5 校平均値をまとめたものである。

5 校全ての教員平均値は、それぞれ、①が 5.2、②が 5.3、③が 5.0、④が 5.5、⑤が 6.3 となった。なお、5 校のモデル授業での教員による評価は 13 件であった。
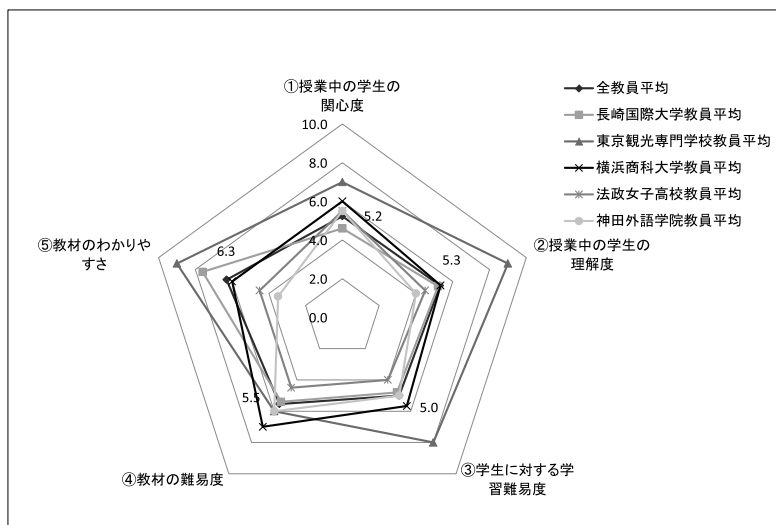
図 7-2　教員による MICE テキスト及びモデル授業の評価指標

5　考察

(1)　学生と教員の評価から

学生の「MICE」の認知度が 1.59 と低かったが、これはモデル授業前に「MICE」という言葉を聞いたことがなく、モデル授業以前に「MICE」を取り扱った授業などを受講していない学生が多かったことが伺える。一方で、授業後の「MICE」への興味は 6.35 とやや高まっている。これは、テキストの読み易さ 6.39 や授業の満足度 6.47 が示すように、MICE テキストと講義で、一定の MICE への興味を引き出せたと評価できる。

教員の評価における 5 つの評価項目では特記すべき評価指標とならなかった。ただし、教材のわかりやすさがやや高い評価となっている一方、教材の課題としては、「事例がほしい」、「MICE は、学生にとっては、体験できることがほとんどないために、イメージしにくい」、「教材だけでなく、現場の視察や、ビジネスに従事する方の講演などの学習を補完する方法も有効であると思われる」などの意見があった。

(2)　MICE テキストの活用と授業展開について

教員の評価でもあるように、大学や専門学校 1 年生対象で MICE テキストを用いて授業展開をするには、やや課題が残るものの、基本用語の整理や観光・経営に関する基礎的な科目（観光概論や旅行業概論、ビジネス概論など）の学習を経てから（1 学年後期以降）であれば、さらに学習効果が期待できると言える。

また、ホテルやコンベンション施設の見学や MICE 従事者をゲストスピーカーとした講義を交えることで、現場イメージや MICE で働く人の生の声が伝わり、MICE に対するイメージや就業意識の広がりにもつながると期待はできる。

少子高齢化が進み生産性が低下する日本の観光の未来を考えた時、「未来を担保するマイス」の必要性を MICE テ

キストや授業で学生に早い段階で伝えることは重要と言える。

２０１５年1月　　日　記入

MICE モデル授業　アンケート

１．この授業を受ける前に「MICE」を知っていましたか？（どれか数字１つに○）
知っている← 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0 →知らない

２．この授業の内容は理解できましたか？（どれか数字１つに○）
理解できた← 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0 →理解できない

３．この授業のテキスト『マイス・ビジネス概論』は読みやすいですか？（どれか数字１つに○）
読みやすい← 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0 →読みにくい

４．この授業を受けて「MICE」に興味が湧きましたか？（どれか１つに○）
興味が湧いた← 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0 →興味は湧かない

５．この授業を受けての満足度を数字で表現してください。（どれか数字１つに○）
満足できた← 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0 →満足できなかった

【自由記入欄】この授業を受けての感想を下記スペースにご記入ください。

ご協力ありがとうございました。

図 7-3　モデル授業アンケート内容

２０１５年1月　　日　記入

MICE モデル授業　教員評価アンケート

１．モデル授業概要　　①実施日時　１月　　日（　　）　：　～　：　（　　時間目）

②学校名（　　　　　　）　③学科・コース名（　　　　　　　）　④実施授業名（　　　　　）

⑤受講者数(　　年　　名/　　年　　名/　年　　名/　　年　　名:合計　　　名)

⑥授業へは、どのような位置づけとしてモデル授業を実施したか。

２．MICE 授業に対する担当教員としての評価（講師への評価でなく、教材・学習内容に対する評価）

（1）授業中の学生（生徒）の関心度について１つ〇をつけ、その評価理由をお書きください。

関心が高い← 10　9　8　7　6　5　4　3　2　1　0 →関心が低い

（所見）

（2）授業中の学生（生徒）の理解度について１つ〇をつけ、その評価理由をお書きください。

理解出来る← 10　9　8　7　6　5　4　3　2　1　0 →理解出来ない

（所見）

（3）学生（生徒）に対するモデル授業の学習難易度について１つ〇をつけ、その評価理由をお書きください。

難解である← 10　9　8　7　6　5　4　3　2　1　0 →平易である

（所見）

図 7-4　教員アンケート内容

第8章

MICE 取扱説明書

1　MICE 取扱説明書の概要

「地域産業活性化のためのインバウンド観光人材育成事業」の一環として本事業の成果及び MICE の啓蒙冊子とし「MICE 取扱説明書」を作成。

この冊子のメインターゲットは、観光を学ぶ学生、MICE 初学者、および、今後 MICE 業務に携わる方である。したがって、この冊子は、MICE ビジネスに関して、各分野で活躍されている専門家に MICE ビジネスの現状、現行での取り組み、海外との比較、求められる人材、将来の展望などわかりやすく説明してもらうという構成になっている。

このインタビューの内容を周知させるため、有限会社コピーズが冊子（B5 サイズ 24 頁を 2000 部)、及び電子版を作成する予定である。

2　MICE 取扱説明書の構成および概要

ここで、「MICE 取扱説明書」作成にご協力いただいた方々のインタビュー内容について概観したい。

(1)　MICE 最新動向

①日本の MICE ビジネスのポテンシャル

（担当：横浜商科大学商学部貿易・観光学科教授　宍戸　学氏　pp.2,3 所収）

学術的な立場から MICE ビジネスの可能性についてわかりやすく解説。MICE 取扱説明書の趣旨を説明した上で、MICE ビジネスが今後いかに日本経済の起爆剤となるかについて説明。さらに、2020 年の東京オリンピックに向けたチーム JAPAN の誘致キャンペーンを例に挙げながらグローバルな戦いとなる場合が多い MICE ビジネスで勝ち抜くために、産官学で取り組むことの重要性について指摘し、多岐にわたる業界での連携の必要性を説く。

最後に MICE ビジネスで勝ち抜くためのグローバル人材育成も大きなカギを握ると指摘。

②MICE 推進のための課題と展望

（担当：川島アソシエイツ　代表　川島　久男氏　pp.4,5 所収）

国際会議やコンベンションといった MICE ビジネス分野で 40 年活躍した川島氏の実体験を踏まえ、日本の学術力、経済力、安全性の強みをもってすれば、2013 年度の国際会議開催件数が日本は全世界でもアジア・大洋州でも 7 位であることに甘んずることなかれと指摘。

日本が MICE 立国を目指すためには、ノウハウの蓄積、継承での弱みを克服する必要があり、そのための人材育成

が急務となっている。MICE は 5 年、10 年先を見据え取り組む必要があり、MICE 人材は数年での流動性はなじまず、「習熟、活躍、継承」をひとつの流れとし、現場を熟知するプロフェッショナルが現場を統括する仕組みをつくる必要があると同時に、MICE で高い収益性をあげるための効率的な運営を模索することも大事だと指摘。

③日本としての誘致に向けた取り組み

（担当：日本政府観光局（JNTO）コンベンション誘致部　次長　川﨑　悦子氏　pp.6,7 所収）

JNTO は東京に本部を構え、海外 14 か所に拠点をもち、国内外の主催者や国内各都市とのネットワークを強化し、誘致支援（情報発信、コンサルティング）を担っている。

情報発信において、JNTO は MICE ビジネス（特に国際会議・インセンティブ旅行）における重要な役割の一つとして、そのニーズを把握した上で、日本で何を提案できるのか知ってもらうことを重要視している。そのために、国や都市のスポークスマンとして日本、あるいはその街ならではの強みを世界へ積極的に発信している。情報発信の方法は、ウェブサイト、MICE 業界紙への出稿から MICE 開催都市決定におけるキーパーソンなど影響力の強い人を日本に招請し、その魅力に実際ふれてもらうといったことまで、対象に合わせ、プロモーションミックスを駆使している。

コンサルティングにおいて、JNTO では、MICE ならではのアプローチ方法、知識やノウハウの伝授、人材育成支援に力を入れている。特に人材育成においては、MICE 人材に求められる積極性、発想の柔軟性、知的好奇心など日本人がやや苦手とする部分を克服することが重要だと指摘。

④各国の取り組み～アジアを中心に～

（担当：（株）MICE ジャパン　代表取締役社長/月刊「MICE Japan」編集長　森口　巳都留氏　pp.8,9 所収）

「MICE　Japan」は、日本で唯一の MICE 情報専門月刊誌であり、森口氏はその編集長を務める。国際競争力を高め、グローバルスタンダードを理解することを目的に、当誌が毎号取り上げるものは、全国各地の MICE 開催レポート、キーパーソンへのインタビューから海外情報まで多岐に渡る。日本では 2009 年の「MICE 推進アクションプラン」をきっかけにここ 5 年で急速に動きが活発化するものの、アジア諸国も同様に MICE 誘致に取り組んでおり、さらなる競争激化が起きる上に、日本にとっては欧米よりアジアの各都市の方が強力なライバルとなると指摘。

アジア第一位は、シンガポールであり、1990 年代から外貨獲得手段として水、IT など世界的に注目度が高く将来性のある分野に特化した産業集積と会議・イベントなどの MICE 誘致にいち早く取り組み、先発優位性を確保している。国際会議の開催件数は現時点で日本の 2 倍以上を誇る。アジア第二位は、韓国となっており、「ソウル国際ビジネス諮問委員会（SIBAC）」に特徴がある。それは、市長の MICE 事業に対するコミットメントの高さである。トップが MICE なんたるを理解し、明確なビジョン、数値目標を持ち幅広い人材、企業、団体が MICE に安心して取り組めるよう後ろ盾となっている。

現在、東南アジア諸国、欧米、南アフリカを中心としたアフリカ諸国も MICE 誘致に力を入れており、名実ともに全世界規模での競争が激化していくと指摘。

日本のあるべき姿は、都市としての明確なビジョンをもち、MICE それぞれの目的に対するゴールから逆算し、ハード・ソフト両面の整備を進める仕組みを作ることだ。そのためには、的確なマーケティングに基づくリソースの選択と集中、開発や機能強化、価値観やゴールの共有、さらには、JAPAN　MICE のブランディングと世界への情報発信など日本の取り組むべき課題は山積だと指摘。

(2) MICE ビジネス最前線！

①（コンベンション施設）パシフィコ横浜

（担当：（株）横浜国際平和会議場　総務部　総務課　担当課長　佐藤　利幸氏　pp.10,11 所収）

パシフィコ横浜は民設民営方式の株式会社をたちあげ、本格的な幅広い MICE ビジネスに取り組んでいる。会議場、展示場のみならずホテルまで所有し、コンベンションコンプレックスを一企業として形成する体制は国内外でも珍しい。その狙いは国や自治体と協力しつつ、柔軟で継続的運営を可能にすることにある。実際、国際会議コンベンション施設別開催件数ランキングでは 2008 年から 2012 年まで連続でパシフィコ横浜が 1 位となっておりその実力が伺える。

MICE 開催の効果を直接はかるのは難しいのが現状だが、パシフィコ横浜は、経済波及効果に着目する。実際、2012 年度パシフィコ横浜での MICE 開催で全国に 2070 億円、県内に 920 億円、横浜市内に 870 億円の経済波及効果をもたらしたと算出されている。このように MICE 開催の効果を数値化し可視化することで、その意義を周知し、MICE 開催を、地域の産業振興や街づくりのためのツールと位置付けて取り組む必要があると指摘。

最後に MICE 人材に求められるのは「ストーリーを構築できる発想力と行動力」であると説く。

②　（ホテル業）（株）プリンスホテル

（担当：（株）プリンスホテル　執行役員　紀尾井町プロジェクト開業準備室　レベニューマネジメント部担当（兼）営業部長　　徳永　清久氏　pp.12,13 所収）

プリンスホテルは 2010 年から本格的に MICE 獲得に力をいれはじめる。そのきっかけは、高輪・品川エリアのもつ地理的利点（羽田空港に国際定期便が就航、羽田から品川は電車で 15 分圏内、新幹線の全列車が品川に停車、将来的にはリニアの発着駅になる）と、この高輪・品川エリアだけで所有する合計 5207 の客室、2000m^2 を超える宴会場を 4 つ所有するといったハード面での利点、及び、これまでコンベンションホテルとして培ったノウハウの強みがあったからだ。

なお、ホテルと MICE は相性が良いと説く。それは、MICE 関連は予約時期が早く長期での営業戦略が立てられる、顧客の消費額が大きい、平日の稼働率が上がる、地域活性化に貢献できるといった魅力があるからだ。

プリンスホテルでは、マネジメント部門、営業部門からオペレーションスタッフまで「MICEPLANNER」の育成にも取り組む。社内で実務や研修を重ねた MICE 人材は企業の最大の財産であり、そのノウハウやスキルを共有できるのがチェーンホテルならではの強みであると説く。

今後も効果的なプロモーション活動、情報発信、開催実績を積み上げ日本を代表する MICE ホテルを確立しリードしたい。

③（旅行業）（株）JTB コーポレートセールス

（担当：JTB コーポレートセールス　マーケティング担当マネージャー　金井　大三氏　pp.14,15 所収）

JTB は現在 1 万 1 千社の法人をクライアントに、法人旅行、イベント・展示会のサポート、企業研修のプランニングなど年間 3 万件を超えるプロジェクトを抱える。

国内で社員旅行を開催する企業はここ 20 年で半分以下となり 40%と減少している上に、そこで求められる質も大きく変容し、費用対効果の高い意義のある内容が求められる。　社員旅行で求められる質は会社により様々であり、そのニーズに応えるべく別個にプランニングをする必要があり、幅広いコンテンツを組み合わせカスタマイゼーショ

ンする力を要する。また、開催された社員旅行の効果を測定しフィードバックするサイクルも確立し、当該企業との継続的な関係構築を目指す。また、「ONSEN　MICE」の例では、温泉、宿泊施設、記念館など地域の持つ魅力的なコンテンツをクライアントの課題解決に結び付ける努力をしていると説明。

今後は、観光分野のみならず関連産業や自治体が MICE を「自分たちの未来を拓く存在」と捉え、産官学で連携を強め能動的に関わる必要があると指摘。

(3)　グローバル MICE 戦略都市　横浜市が目指すべき未来

（担当：公益財団法人　横浜観光コンベンション・ビューロー事業部コンベンション振興課長 加納　弘子氏　pp.16 所収）

MICE 誘致や開催支援活動において各関係機関とのコーディネーターを担っている。平成 22 年度に MICE が成長戦略の 1 つと位置づけられてから街をあげて積極的に推進している。2013 年度には MICE 戦略都市にも選定された。横浜市の誘致のメインターゲットは経済波及効果の高い中・大型の国際会議であるため、誘致競争力が高くなくてはならない。

今後は、地元の産業集積の特性に合わせて MICE を誘致する、あるいは MICE をきっかけに新しい産業の定着をはかるといったまちづくりという大きな視野で MICE の活用を考えるべきだと指摘。

(4)　オリジナリティが誘致のカギに　ユニークベニュー（札幌）

（担当：横浜商科大学商学部貿易・観光学科教授　宍戸　学氏　pp.17 所収）

ユニークベニューが MICE で求められる理由は、ビジネス目的で日本を訪れた人でも、日本やその街の文化や観光資源、人々と触れ合う機会を求めているからである。ユニークベニューにより参加者の満足度を高めることで MICE 誘致の競争力を高める効果もある。

札幌では、「札幌国際プラザ」が中心にユニークベニューのカードブックを作成し情報発信に力をいれることで個性あふれる地元のリソースを MICE ビジネスに結び付ける大きな役割を担っている。

(5)　国内各都市の取り組み

①神戸

（担当：神戸夙川学院大学観光文化学部学部長・教授，　地域研究所　所長　小野田 金司氏 pp.18 所収）

神戸市は観光庁が定めたグローバル MICE 戦略都市に指定されている。MICE 都市としての神戸の魅力は、展示場やホール、ホテルなどがポートアイランドに集積している点にあり、ポートアイランド内には約 13600m^2 の広さを誇る神戸国際展示場がある。島内には「京」が稼働している他、世界有数の先端医療の集積地としての整備も進められ、次世代を担う産業が根付きつつあることも強みだ。

ファッションイベント「神戸コレクション」は神戸を代表とする地域産業をブランド化した MICE の成功事例といえよう。このような地域発信型のイベントは産官学で連携し推進することが望ましい。

②長崎

（担当：長崎国際大学人間社会学部国際観光学科・准教授　海老澤　昭朗氏　pp.19 所収）

長崎でも MICE 誘致に力を入れ始めている。ハウステンボスでは、宿泊施設、会議場、アフターコンベンションまですべてが施設内に集まっており、その強みを活かし積極的に MICE を開催している。他にも長崎県内には歴史・自

然の魅力にあふれた観光地があり、今後の MICE 強化が期待される。

今後は、長崎県のみの視点ではなく、九州全体の広域圏で都市の規模や立地を踏まえながら MICE 誘致を狙い、経済波及効果を狙うべきだと指摘。

(6) MICE 教育の現状と課題

（担当：一般財団法人 日本ホテル教育センター　事業部　教育事業室　室長　藤原弘一氏　pp.20,21 所収）

MICE 塾は、観光庁が「Japan MICE Year」を宣言した翌年の 2011 年に誕生する。将来的に若い世代に MICE を学ばせることを目標に、まだ MICE が周知されていない現状を踏まえ、まずは即戦力となる MICE 人材を育成し、世の中に MICE を広める戦略をとる。

MICE 塾の塾生はホテルスタッフを中心に旅行業、観光産業の関係者で、現在あるいは近い将来に会社を背負って立つであろう人材である。MICE 塾では実践的な学びを通じて MICE 特有の考え方、知識、ノウハウを身に付けさせることに重点を置いている。

MICE 人材には語学力を基礎としたコミュニケーション能力、知的好奇心、行動力、粘り強い交渉力といった様々な資質が求められる。今後はホテル業界全体がもっと当事者意識を持ち、MICE 人材育成に力を入れるべきだと指摘。

3　まとめ

この MICE 取扱説明書は、学術的視点、実務的視点の双方向から MICE ビジネスの全体像を概観できる冊子となっている。産官学で共通している問題として、まだ日本では MICE ビジネスが周知しておらず、知識、経験、ノウハウを含め新興国といわざるを得ないということが挙げられた。それ故、本来ならば地域活性化をもたらす重要な起爆剤となる MICE ビジネスの魅力が十分に理解されておらず、連携体制が不十分であるという問題を抱えていることが浮き彫りとなった。

この MICE 取扱説明書のメインターゲットは、観光を学ぶ学生、MICE 初学者、および、今後 MICE 業務に携わる方であるため、この冊子により MICE ビジネスへの注目、興味喚起を促し、学習、就業意欲を高めることに一定の効果をもたらせると期待できる。

今後は、産官学連携でさらに積極的に情報発信することで、MICE ビジネスへの参画を促すと共に、日本全体で抱える MICE ビジネスの強み、弱み、各産業独自の強み、弱みを包括的に把握し対応する仕組み作りを徹底することが急務となるといえよう。

第9章

本事業の総括と今後の課題

1　本事業取り組みの経緯と総括

本節では、本事業の実施に至った社会背景と本事業の位置づけについて、これまでの経緯を踏まえてまとめる。

(1)　中核的専門人材養成と観光コンソーシアムの設置について

本事業が位置づけられている「成長分野等における中核的専門人材養成」に、文部科学省が着手した社会背景は、以下の通りである。

①産業構造の変化、グローバル化への対応

②少子高齢化に伴う労働力人口の減少、非正雇用者層の増加、雇用のミス マッチ問題等への対応

③諸外国の職業と教育の評価の仕組みづくり

これらを踏まえると、以下のような具体的な取り組みが求められている。

①我が国の経済社会を支える分厚い中間層を育成するため、産業構造の変化やグローバル化に対応した知識・技術・技能を備えた中核的専門人材を、量・質ともに戦略的に確保する新たな学習システムを構築する。

②若者、女性、高齢者等が学びや職業を通じて活躍できる全員参加型の社会の実現を目指す。

ここでいう「中核的専門人材」とは、「実践的かつ専門的な知識・技術・技能を身につけ、職業に必要な卓越したまたは熟達した実務能力に基づく業務を遂行し、または、グループや中小規模の組織の中で中核的な役割・機能を果たす厚みのある中間層」を意味している。各産業界の現場で働く人材の業務レベルを、**表 9-1** のように 1～8 段階に分けた場合の中間レベル 2～4 を指すものであり、各現場の実務を中核となって支える専門人材である。

表 9-1 業務レベルのイメージ

業務レベル	担当内容
8	ある職業活動領域における新規かつ不明瞭な問題に対し、技術革新的な解決法や手法を発展させる。
7	ある職業活動領域における予測不可能かつ頻繁に変化する問題を処理し、責任を持ってプロセスを制御する。
6	ある職業活動領域において専門的で幅広い課題や問題に対し企画、処理、評価し責任を持ってプロセスを制御する。
5	大規模組織の責任者として、広範かつ総合的な知識等基礎に、組織マネジメントを行う。
4	中小規模組織の責任者として、専門的な知識等を基礎に組織のマネジメント等を行う。
3	・チームリーダーとして、実践的・専門的な知識等を基礎に、業務遂行を主導するとともに、業務のマネジメント等を行う。 ・チームリーダーとして、実践的・専門的知識等を基礎に、豊富な専門性の高い業務経験を生かして、高度の業務遂行や困難事項への対応を行う。
2	グループやチームの中心メンバーとして、実践的・専門的な知識等を基礎に、創意工夫を凝らして自主的な業務を遂行する。
1	専門的な知識等を有する担当者として、上司の指示・助言を踏まえて通常の定業的業務を確実に遂行する。

(2) 成長分野における観光コンソーシアムと職域プロジェクト

このような考えのもと、平成 23 年度から中核的専門人材養成事業はスタートし、先導する分野のコンソーシアムを形成し、7 つのプロジェクトで取り組みが始まった。その 1 つが、学校法人トラベルジャーナル学園ホスピタリティツーリズム専門学校を中心に行われた「観光分野の中核的専門人材養成の課題・対応策の検証と新たな学習システムの構築推進プロジェクト」であり、そこでは観光分野の中核的専門人材養成のための基礎調査と産学連携の仕組みが検討された。この段階では、観光がなぜ成長分野であるかに注目し、その人材育成の仕組みをどのように構築すべきかが議論されている。

平成 24 年度には、「環境・エネルギー」「食・農林水産」「クリエイティブ」「IT」などの分野から 11 のコンソーシアムと 36 の職域プロジェクトが指定された。その 1 つに学校法人浦山学園の富山情報ビジネス専門学校が事務局校となって「観光コンソーシアム」が形成され、「インバウンド観光客受け入れを支える観光分野の中核的人材育成事業」が実施された。またビジネス専門学校キャリアカレッジ但馬が事務局校となり、職域プロジェクト「創造豊かな中核的ツアープランナー育成プロジェクト」も実施されている。この年度では、観光分野のコンソーシアムと職域プロジェクトは、別立てのものであったと考えられる。

そして平成 25 年度には 23 コンソーシアムと 64 職域プロジェクトが指定された。そこでは、富山情報ビジネス専門学校による観光コンソーシアム「観光分野における教育認証のための情報公開ガイドライン開発と横断的教育教材の開発」のもとに、以下 6 つの具体的な職域プロジェクトを位置づける形態となって取り組みが行わる形になった。

①インバウンド対応ができる中核的ホテルマン育成と単位互換制度の構築

②世界と群馬をつなぐプロデュース能力をもった観光人材（観光プロデューサー）を養成する学習システ

ムの開発
③インバウンド観光客の受け入れを支えるニューツーリズムの中核的専門人材育成事業
④エコや高齢者・インバウンドを対象としたツアープランナーの中核的人材育成プロジェクト
⑤おんせん県おおいた・別府型ドリームプロジェクト
⑥地域産業活性化のための着地型観光プレーヤー人材育成

本学は、神戸夙川学院大学が事務局となった職域プロジェクト「⑥地域産業活性化のための着地型観光プレーヤー人材育成」に参画し、着地型観光人材の育成に取り組んだ。25 年度になって、コンソーシアムと職域プロジェクトの関係が構築されたといえる。

(3) 本年度の職域プロジェクトについて

平成 26 年度には、観光コンソーシアム「観光分野における中核的人材専門育成コンソーシアム事業」は以下５つの職域プロジェクトを管轄し、それぞれの取り組みを十分把握し、調整する機能に特化する役割へと変わってきたといえる。

①地域産業活性化のためのインバウンド観光人材育成（学校法人横浜商科大学）
②グローバル社会のスペシャリスト育成プロジェクト」～石川の魅力をグローバルに発信できる人材の育成～（石川県教育委員会）
③おんせん県おおいた・別府型ドリームプロジェクト（学校法人溝部学園）
④富山県における中核的ホテルマン育成と単位互換制度の構築（学校法人浦山学園）
⑤訪日外国人受け入れに対応する日本型コンシェルジュ育成事業（学校法人穴吹学園）

本学は、昨年度神戸夙川学院大学が取り組んだ「着地型観光プレーヤー育成事業」を継続する形で、より現代の観光ニーズに求められる「インバウンド観光人材」に焦点化させ、横浜という立地から、近年注目される「MICE 人材育成」を付加し、「地域産業活性化のためのインバウンド観光人材育成」に取り組んだのである。

今年度については、５つの職域プロジェクトは独自に必要とされる人材像をイメージし、プロジェクトを進めてきた。その取り組みを把握し、共通のウェブサイトで情報発信することなどを通して、コンソーシアムがとりまとめ役を行ってきたのである。

また職域プロジェクトを推進する団体が、大学・専門学校・教育委員会（高校）となり、幅広い教育機関が、観光人材を柱に連携することが出来た。

(4) コンソーシアム運営と職域プロジェクトの課題

訪日観光旅行者（インバウンド観光）が、1000 万人を超え、2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催に向けて、「観光分野」が成長分野であることは、もはや疑いがない。そして、平成 23 年度からそれに注目し、専門学校・大学等の関係者が連携してきた本事業及び観光コンソーシアムの取り組みは高く評価できる。

以前から、観光庁はじめ各地域や産業界において、さまざまな場面で観光人材の重要性が指摘され、観光系学会で研究や教育実践が報告されてきたが、観光教育を推進するにあたり、大学・専門学校間の接点はこれまでほとんどなかったといえる。その点で、観光コンソーシアムの果たす役割は大きい。また、実務重視の専門学校と学術志向の大学がそれぞれ持つ強みと弱みが認識され、相互連携の重要性も少しずつであるが共有され、その関係構築が議論に上がっている。さらに平成 26 年度には教育委員会（高校）の参加により、高校教育を含めた高大接続問題も含めた幅

広い教育機関による観光教育連携が今後の議論となるだろう。

多種多様な学びの場での観光人材育成のプログラムが構築され、それらの関係が整理されることで、文科省が当初から目的としていた、「学習ユニット積み上げ方式のカリキュラム」構築に向けて、それぞれの教育カリキュラムの整合性が議論され、その連携に向けた取り組みが加速するものと期待される。

各職域プロジェクトで作り上げられたカリキュラムや学習教材を作り上げることは、文部科学省が目的とする、「新たに必要な知識・技術・技能を修得するために必要な学習ユニット (体系的な複数の単位) を開発・実証し、全国的な標準モデルカリキュラムとその達成度評価手法等を構築の上、開発したカリキュラムをモジュール化して、①既存の大学院・大学・短大・専修学校等の正規課程において活用、②社会人等のキャリアアップ等のための短期プログラム等として提供する」手法において最も重要なものである。

各職域の取り組みとプログラムは、まだ限られた観光分野の人材像とその育成プログラムであり、点にすぎないが、これらの蓄積と整理により、カリキュラムモデルは観光教育の体系化と個々のユニット化が実現できると期待される。

2　本事業における各プロジェクト評価について

(1)　インバウンド観光・MICE 人材要件調査

本事業において、インバウンド観光人材・MICE 人材を育成するにあたり、まずはその人材像を明らかにするために、社会人の持つべきジェネリックスキルを測る PROG 調査を活用した。PROG 調査は、基本的に社会人基礎力などに代表される、社会人に求められるリテラシーやコンピテンシーを測る調査である。実際には、一般的なマネジメント層が模範（＝教師モデル）となっている。すでに昨年度事業で「着地型観光プレーヤー」の教師モデルを調査していたので、今年度は「インバウンド観光人材」「MICE 人材」に焦点化し、調査を継続した。本調査の妥当性については、調査委員会でも議論となった。意見の 1 つには、「PROG は、あくまでも社会人のコンピテンシーを測る指標であり、インバウンド観光や MICE 人材の実務能力を測るものではない。その利用は適切だろうか」というものである。もちろん、そのような意見は想定していた。しかし、一般的なマネジメント業務も、必ずしも全てが一般化できる業務ばかりではない。ここでは、観光の現場でも、社会人基礎力のように、汎用性のある能力指標が活用できると考えたのである。いくつかの観点から示されるコンピテンシーの特性をもとに、インバウンド観光・MICE に従事する人々のデータから、特徴的な性質を把握することで、観光分野の特性が浮かび上がるはずである。そして、その特徴に基づいて、学生時代に身につけるべき一般的なコンピテンシーを磨くことで、観光分野の業務に対応できるジェネリックスキルが育成できるという前提に立っている。インバウンド観光を含む、観光実務についても、一定の業務スキルと関係があると考えれば、そのコンピテンシー特性やその獲得は、有効であると判断した。

事実、2 章の結果からわかるように観光人材のコンピテンシー特性は共通点が見いだされる一方で、一般的なマネジメント層とは異なる傾向を表している。これは、観光分野に共通するコンピテンシー特性を表しているものと考えられる。

確かに観光特有のスキルを有する観光人材像を特定するためには、質的なデータ収集や分析も不可欠である。そこで、5 章において MICE 都市調査を行い関係者へのインタビュー等で補完している。今後は、さらに観光人材の特性を踏まえて、総合的に検討していくことが求められる。

(2) インバウンド観光コンピテンシー強化書

（1）の結果から、インバウンド観光人材・MICE 人材に求められるコンピテンシーの強化ポイントを特定し、それを伸ばすための教材「インバウンド観光コンピテンシーの強化書」を作成した。「コンピテンシーの強化書」は、すでに多くの大学で、一般的なコンピテンシー強化に役立つものと認識され導入されている。（1）で述べたように観光分野の特性が限定され、それを伸ばすために、参考になるテキストが試作できたと考える。

しかし、課題として、紹介している観光の現場事例や強化のための観光の学びについては、限られた時間内で作成したものであり、まだ検討の余地が残されている。さらに観光分野（特にインバウンド観光・MICE）に特化した事例や観点を盛り込むことが出来たのではないかと考えている。さらに、この教材については、短期的な実証は困難であり、今回の事業期間内に活用して、検証することは出来なかった。今後、少なくとも 1 年～4 年間という大学の観光教育の場で活用し、その成果を検証していくことが、今後求められるだろう。それは次年度の課題としたい。

(3) e ラーニング教材の作成と活用

e ラーニング教材を作成するにあたり、主な課題は以下の 3 点だった。

①教材作成のためのカリキュラム構築

②適切な講師の選定

③教材としての仕様・使いやすさの検討

本事業のような限られた時間と予算、さらにはインバウンド観光や MICE という新たな分野での取り組みにあたり、教材作成のためのカリキュラム作りは、最も困難である。これらについては、事務局校で原案を作り、本事業の委員会で何度も検討した。また、実際の教材収録を担当する講師選定は 2 つの点で困難であった。第一に、どの講師にも動画で残る講義を行うことに対する心理的な抵抗がある。大学や産業現場で活躍する講師であっても、不特定多数に講義を公開することには、正確な内容と誤解を生まないように講義を行うことが求められ、教材作りや収録に大きな負担がある。第二に、スタジオ収録の日程は、期間と予算から限られており、講師間の調整が必要であり、協力の意向があっても収録調整が出来ないケースもあった。

また、すでに平成 25 年度作成済みの「着地型観光プレーヤー」で作成された教材も貴重な資産と考えて、できる限り活用することにした。

事業開始にあたり、平成 25 年度版の e ラーニング教材を視聴してみて、e ラーニング教材の作成の趣旨や利用方法がわかりにくいという声が非常に多かった。また一般的には、e ラーニングの利用に慣れている人は少ない。そこで、この教材がどのような目的で作られ、なぜ学ぶ必要性があるかを解説し、さらにはどのような順番で学び、どのような力を身につけるかをコンテンツとして収録し、誰が利用しても、この教材の作られた背景や目的、利用の仕方が容易にわかるように設計した。

最後に、平成 25 年度はトライアル実施が出来なかったので、限られた期間ではあるが、広く公開し、教材内容や利用のしやすさ等を含めた評価を得ることを試みた。これについては、第 3 章で詳細に説明されているが、多くの利用者がトライアル活用し、多くの貴重な意見が寄せられた。その結果、教材内容への関心と評価も高く、期待もうかがえる。さらに改善するポイントも多く指摘された。今後の教材改善に有益なデータとなった。

(4) インバウンド観光人材育成指導者用テキスト

インバウンド観光に対する期待は高まっている。特に、本事業で触れているように訪日外国人旅行者による国内消費額の増加により、国内の流通・製造分野での期待が高まっており、インバウンド向けのセミナーも数多く開始されている。また、本事業で作成した多くのコンテンツは、学習のための教材であるが、インバウンド観光や MICE 教育を行っていく教育機関の教員や現場のマネージャー達にとっては、どのようなスタンスで、インバウンド観光に従事する人材育成を行っていくべきかを考えることも求められている。その観点から、教材を補完する指導書の作成が不可欠であると考えたのである。また、MICE 分野については、次項で述べる入門テキストを作成しているが、インバウンド分野についても、テキストベースの概論書が必要である。その点から、指導者用テキストは、インバウンド観光を理解できる「理念編」を含むものとした。その他にも講師のスキルを高める「講師力養成編」、そして具体的な指導計画を例示している「WEB 教材利用編」からなっていることは高く評価できるだろう。今後実際に利用し、教育を行っていく過程で、教本の使い勝手や内容についての評価を得たいと考える。それらの結果を踏まえて、より使いやすい教本へと改訂が出来ると思われる。

(5) MICE 入門テキスト「マイス・ビジネス論」

すでに述べたように、観光学分野において、イベント・コンベンションに関する専門書や教育用テキストは、数少ないが発行されている。しかし、国の施策として、従来のイベント・コンベンションだけでなく、さらに広範に及ぶ MICE という概念が提唱され、観光庁はじめ各地域が、MICE に注力することを社会背景として捉えれば、当然 MICE 分野をカバーする教材作成は不可欠である。今回、日本において、唯一体系的カリキュラムを構想し、継続的に MICE 人材育成として「MICE 塾」に取り組んでいる一般財団法人日本ホテル教育センター及び MICE 専門家の協力を得て、日本ではじめて MICE テキストを完成させることが出来た。

学習用のテキストの作成にあたっては、初学者が理解しやすいことを考慮し、できる限り平易な表現を使い、事例を増やし、学習のまとめがしやすい形式にするなど多くの工夫点が見られる。もちろん、限られた時間内の作成であるために、改善すべき点もあるだろう。しかし、このテキストを基準に、今後 MICE 教材のカリキュラムや教育内容を議論する土台が出来上がったと考えている。幅広い分野を扱う MICE であり、さらに高レベルの教材、さらには MICE 各分野の実務レベルに踏み込む教材など、発展させていくための議論も行われることだろう。MICE 教育のカリキュラムを考える第一歩となれば、大きな前進である。

(6) MICE モデル授業

上記(5)の教材作成で終わることなく、今年度の事業期間内に 5 つの学校で MICE モデル授業を行い、受講者及び指導教員から評価を得たことは大きな成果である。

もちろん、本テキストは、少なくとも 1 セメスター、90 分授業で 15 回の授業で学ぶべき内容を想定して作成しており、わずか 1 回のトライアル授業では、検証は不十分である。しかし、今後教育現場で利用するにあたり、実際に学ぶ生徒・学生が、MICE にどの程度理解があり、この授業を通じて、MICE に興味を持てるか、そして学ぶ意欲を引き出せるかは重要なテーマである。これらに関するデータが得られたことは大きい。

今後は、この教材を利用し、1 セメスターの講義を実施し、より詳細な教材の評価を行うとともに、さらに MICE 教育をすすめるためのカリキュラム編成上、必要となる教育内容と教材の補完、さらには実践する機会となる現場視察やインターンシップの開発などが求められる。

(7) MICE 取扱説明書

本冊子は、昨年度神戸夙川学院大学が取り組んだ事業で作成した「インバウンド観光取扱説明書」をもとに、そのMICE版を意図して作成した。インバウンド観光の認知度は、その後飛躍的に高まってきているが、MICEの認知度はまだまだ低い。そこで、本事業で作成したMICE教材を利用して学ぶためにも、社会全体がMICEそのものへの理解を深め、教育機関や観光産業界の関係者達にMICE教育の必要性に気づいてもらわなければならない。そのための解説書として位置づけている。

さいわい、日本のMICE分野の最前線で活躍する専門家へのインタビューを行い、非常に興味深いテーマが数多く掲載できたと考えている。MICEとは何か、どのような可能性を秘めているのか？動機づけを行うために活用できる冊子である。今年度は、冊子版だけでなく、電子書籍版を作成したので、より多くの人に見てもらえると期待している。

(8) MICE 教育・都市調査

MICE分野については、MICE誘致・開催する都市の取り組みやそこで必要とされる人材像の特定も重要である。そこで、MICEに取り組む都市の概況を把握するとともに、すでに実施したPROGテストによる汎用性の高いジェネリックスキルとは別に、現場で求められる人材像や知識・スキルを特定するためにMICE教育・都市調査を行った。調査対象とした地域や事例は、決して多くはないが、MICE教育研究や都市調査は、あまり行われていないため、貴重なデータが収集できたと考えられる。今後は、MICE領域の研究や調査がさらに広がることを期待したい。

(9) 事業成果報告会・MICE 教育パネルディスカッションの開催

事業の総まとめとして、2015年2月26日（木）13:30〜16:00に品川プリンスホテルメインタワー32階「アクアマリン32」において、事業成果報告会MICE教育パネルディスカッション「MICE人材育成の未来」を開催した。予想を上回る171名の事前予約があり、当日は155名の来場者と本学関係者が出席した。事業報告会では、文部科学省高等教育局専門教育課課長補佐小谷直和氏を来賓として迎え、事業の意義について話して頂くことが出来た。その後、事業の成果物を中心にインバウンド観光・MICE人材育成プログラムについて解説し、参加者に事業の成果物を披露し、今後の利用を呼びかけることが出来た。

後半のMICEパネルディスカッションでは、多摩大学教授市岡浩子氏・株式会社プリンスホテル執行役員徳永清久氏・川島アソシエイツ代表川島久男氏・日本政府観光局コンベンション誘致部次長川崎悦子氏らMICE分野の最前線で活躍する4名のパネリストを迎え、本学宍戸学教授がコーディネーターとなり、MICEの現状と人材育成の課題、今後の教育の必要性と教育の可能性について、活発な議論が行われた。終了後のアンケートを見るとそれぞれ高い評価を頂くことが出来た。中でも、パネルディスカッションへの評価が高く、継続開催を期待する声も多く、あらためて本事業の重要性をうかがい知ることが出来た。

3 モデルカリキュラム基準及び達成度評価に関する評価

本事業では、各業務レベルを1〜8段階に区分し、現場で中核的役割を担う人材を「中核的専門人材」と名付けている。そして、中核的専門人材が担う業務レベルを、2〜4段階に設定している。当然、当事業で扱うべき人材育成カリキュラムもこの業務レベル2〜4に位置づけ、そのために必要なカリキュラム編成が求められる。

しかしながら、実際には、レベル1の教育が行われないまま、レベル2からスタートすることは出来ない。特に、

インバウンド観光や MICE のように、既存の観光分野の専門教育で取り扱う機会が少ない新たな分野の業務については、中核的専門人材向けの教材といえども、業務レベル 1 の知識・実務修得を想定して組み立てる必要がある。

そこで、本事業では、「知識レベル」については、e ラーニングではレベル 1〜3 という 3 つの段階を想定し、それぞれ業務レベル 1〜4 に対応させることが出来る知識レベルであると考えている。

もちろん、業務レベル 1〜2：知識レベル 1，業務レベル 2〜3：知識レベル 2，業務レベル 3〜4：知識レベル 3、というように明確に対比することは出来ない。この点については、文部科学省の規定する業務レベルと知識の関係性においても明確な組み合わせは、必ずしも示されていないように思われる。

また、MICE 分野については本年度作成した「MICE 取扱説明書」及び平成 25 年度成果物「インバウンド観光取扱説明書」は、MICE やインバウンド観光への関心を深め、基礎的知識を得ることに役立つことからレベル 1 として活用することが出来る。さらに「インバウンド観光人材育成指導者用テキスト」は、レベル 5 以上の高度なレベルに位置づけられるが、指導するための教本という点では、別の枠組みに位置づける必要があると考えられる。

また、「マイス・ビジネス概論」については、MICE の基礎知識であることを考えると、MICE 業務レベルとしては、レベル 1〜3 の根幹をなすものと考えている。実際には、当分野についての専門家は数少ないために、入門テキストでありながら、そこで学べる知識は、マネジメント層にも含まれる高レベルな内容も含まれているともいえる。

文部科学省が意図する「学習ユニット積み上げ方式」の学習に対応させることを考えると、ここで言う各ユニットとは、e ラーニング教材の各講座やテキスト教材の章を意味するものと考えられる。

そこで、教材の各章、講座のテーマやその構成要素をユニット化して組み立てていくことが今後カリキュラムを構築する上で必要な作業である。その上で、必要な部分を追加し、再構成していくことが求められる。そのために、今後これらの教材を活用していく中で、適切なレベルへの配置と全体のカリキュラムの構成を精査する必要がある。

さらに考えるべき重要な観点は、各ユニットを構成する教材のボリュームと学習時間の標準的モデルである。例えば、大学教育における 2 単位科目は、大学設置基準では、90 時間の学修が必要とされる。週 1 回 90 分授業 15 回(22.5 時間)、自習 67.5 時間が必要とされる。このような観点をもとに、1 ユニットの適正な学習時間・学習量を考える必要がある。本事業では、各講座・学習題材を 1 ユニット化し、その積み上げにより、一定の知識・業務レベルに到達することを考えているが、その適正な運用は今度の課題である。

そして、これらの学習と「ジョブカード」をどのように関係づけるかは、検討すべき課題である。今回、インバウンド観光や MICE 人材という観点で幅広い人材像をイメージしてカリキュラムを構築したが、例えば、MICE はホテルビジネスとの関係性が非常に強い。その観点から見ると、ホテルにおけるキャリアとジョブカードのマッチングを想定し、その分野における MICE の学習のキャリアとのマッチングを検討してみることも有効であると考えられる。

また、各分野に共通して必要とされる知識等のイメージについても、文部科学省は、①基礎知識、②対人関係能力、③自己開発力、④問題解決能力を示しており、ここで示されているレベルは、社会人として基本的なコンピテンシーを意味している。そこで、本事業では、PROG 試験などのデータや教育システムを導入し、その能力開発を試みている。

しかし、インバウンド観光も MICE 学習も、知識の修得のみで実務的な対応が全て可能になるわけではない。この点では、広く観光教育における実務教育の必要性とあわせて考えれば、基礎知識は、教材学習でカバーできるが、対人関係能力は、コンピテンシー強化書やワークシート（体験学習）を利用し、さまざまな体験や実務を経験することが必要である。また、自己開発能力及び問題解決能力には、基礎知識を実務につなげる「実践」の場が不可欠である。その観点から考えると、ロールプレイング型の学習やアクティブラーニング型の学びの導入、さらには現場でのインターンシップ導入が求められる。これらの多様な学習方法を含めた教材開発や学習プログラム開発が今後の課題である。

4　今後の課題と平成 27 年度に求められる取り組み

以上から、本年度事業の成果から今後取り組むべき課題をまとめると以下の通りである。

① インバウンド観光・MICE 教育プログラムの検証と改善

平成 26 年度の事業成果「マイス・ビジネス概論」「インバウンド観光人材育成指導者用テキスト」「e ラーニング教材」「インバウンド観光コンピテンシーの強化書」などを活用し、教育機関での教育検証を継続し、改良を行う。

② MICE 教育プログラムの充実

平成 26 年度に構築した MICE 教育プログラム（トライアル）を発展させ、さらに MICE 教育カリキュラムの充実と教育内容の改良を行う。

③インバウンド・MICE に対応するホテル/旅行ビジネス等のカリキュラム開発

インバウンド・MICE に対応する教育カリキュラムが最も実践的に効果を発揮するために、ホテル分野や旅行分野などのビジネス場面をターゲットとして絞り込み、それぞれの人材育成プログラム内に適合する教育カリキュラムを開発する。また、MICE 施設との関係性も深く、今後日本での展開が期待される IR（Integrated Resort）の導入などを視野に、さらに新たな観光人材の教育プログラム開発も必要である。

④社会人の学び直し・女性の学びに対応するカリキュラムの開発

本事業で開発した教育プログラムは、大学や専門学校などの教育機関だけでなく、社会人の学び直しや観光ホスピタリティ分野で能力を発揮すると考えられる、女性の学びに活用できるカリキュラムであると考えられる。そこで、社会人向けのプログラムとして応用するために、トライアル講座を実施し、検証し、教育プログラムとして開発する。

⑤インバウンド観光・MICE 教育の積み上げ方式カリキュラムの実施と認証

各講座を通して、インバウンド観光・MICE 教育における知識・技能等のレベルを明確化し、各学習の修得に対して、知識レベルを明確化し、その認証を行うことを試みる。

⑥インバウンド観光・MICE 教育ネットワークの構築

今後、観光分野を牽引するインバウンド観光・MICE の推進と人材育成のためには、産官学で連携する必要がある。そのために、本事業で連携を深めた教育機関や関係団体、有識者のネットワークを強化し、その継続的な活動を実現できる仕組み作りを試みる。

以上から、今年度の成果を生かしながらも、平成 27 年度以降はさらにカリキュラムや教育プログラムの充実をはかるとともに、教育機関や生涯学習の機会として、教育プログラムの実施を継続的に試み、その検証と普及の段階に入るべきであると考える。

担当別執筆者

はじめに事業委託に際して

宍戸学　横浜商科大学商学部教授

1 章本事業の概要

佐藤浩之　横浜商科大学商学部専任講師

2 章インバウンド観光人材（インバウンド・MICE）要件調査・強化書

中込洋　株式会社 リアセック

3 章 e ラーニング教材の作成と教育評価

田中敦也　株式会社プロシーズ

4 章インバウンド観光指導者の指針

小野田金司　神戸夙川学院大学観光文化学部教授

5 章 MICE 都市及び人材育成調査

事例 1. 札幌市の取り組み

市岡浩子　多摩大学グローバルスタディーズ学部教授

事例 2. 仙台市の取り組み

岩倉由貴　横浜商科大学商学部専任講師

事例 3. 横浜市の取り組み

秋山友志　横浜商科大学地域連携コーディネーター

事例 4. 神戸市の取り組み

小槻文洋　神戸夙川学院大学観光文化学部准教授

事例 5. 福岡市の取り組み

海老澤昭郎　長崎国際大学人間社会学部准教授

事例 6. 沖縄県の取り組み

藤原弘一　一般財団法人日本ホテル教育センター事業部教育事業室室長

秋山友志　横浜商科大学地域連携コーディネーター

6 章日本における MICE 教育の現状

宍戸学　横浜商科大学商学部教授

7 章 MICE テキスト及びモデル授業について

藤原弘一　一般財団法人日本ホテル教育センター事業部教育事業室室長

秋山友志　横浜商科大学地域連携コーディネーター

8 章 MICE 取扱説明書

諸上詩帆　横浜商科大学商学部専任講師

9 章本事業の総括と今後の課題

宍戸学　横浜商科大学商学部教授

平成26年度文部科学省委託事業

成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進<観光分野>地域産業活性化のためのインバウンド観光人材育成事業報告書

発行　横浜商科大学

〒230-8577　神奈川県横浜市鶴見区東寺尾 4-11-1

発行日　２０１５年２月２０日

編集　宍戸学　横浜商科大学

印刷・製本　（有）くんぷる

事業の概要については、大学 web 内 HP http://www.shodai.ac.jp/mice/index.html でもご覧いただけます。

平成26年度文部科学省委託事業

成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進<観光分野>
地域産業活性化のためのインバウンド観光人材育成
事業報告書

YOKOHAMA
COLLEGE OF
COMMERCE